



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

Emanuel Guimarães

2º Ciclo de Estudos em Museologia

O Museu como fator de desenvolvimento regional:

O impacto económico do museu

2012

Orientador: Prof. Doutora Alice Duarte

Versão final

Agradecimentos

Ao Campo Arqueológico de Mértola, em especial ao Doutor Cláudio Torres e à Doutora Susana Gómez Martínez, pelo gentil acolhimento e informação disponibilizada.

Ao Ecomuseu Municipal do Seixal, em especial ao Dr. Jorge Raposo, pela generosa visita aos núcleos do Ecomuseu, pela informação disponibilizada e por toda a motivação inspiradora.

Ao Ecomuseu do Barroso, em particular ao Dr. David Teixeira, por toda a informação disponibilizada.

Ao Museu de Serralves, em particular ao Gabinete do Diretor, pela diligente colaboração.

A todas as instituições e pessoas que gentilmente participaram nos questionários, tão importantes para o decurso da presente reflexão.

À Câmara Municipal de Ribeira de Pena, em especial à Dr^a Carla Silva e à Dr^a Paula Pereira, por todo o apoio no decurso do presente trabalho.

A Elisabete Soares, pela sua importante colaboração.

À professora Doutora Alice Duarte, pela força e motivação que sempre imprimiu na sua dedicada orientação.

À família, em especial à Susana, ao David e ao Gabriel, pela força e compreensão que sempre tiveram presente.

Resumo

A década de 1970 representou para o museu uma época de renascimento, proporcionado pelas ideias e experiências desenvolvidas no âmbito de uma Nova Museologia. Além de redefinir o seu papel, voltando-se para o público, para a sua comunidade, renovando a sua função sociocultural e modernizando a sua gestão de forma a garantir a sustentabilidade financeira, o museu assume também uma função ativa no desenvolvimento da região. A sua capacidade de atração de visitantes produz impactos na dinâmica económica regional, com repercussões que se podem revelar fundamentais numa política de desenvolvimento integrado e sustentável. Mas a medição deste impacto pode revelar-se difícil pela quantidade de indicadores a considerar, não se devendo esquecer os impactos socioculturais e ambientais que, juntamente com os económicos, estão na base da qualidade de vida das populações locais. Numa época em que o museu, juntamente com outras instituições culturais, vê o seu financiamento comprometido, é importante uma reflexão em torno desses impactos, com destaque para o económico. O presente trabalho pretende refletir sobre o potencial papel do museu no desenvolvimento regional, demonstrando como a dinâmica económica de uma região pode beneficiar da sua atividade. Com recurso a alguns exemplos portugueses, procura demonstrar como esse contributo se reflete na prática em diferentes realidades e como pode servir de estímulo para novos projetos, como é o caso do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena.

Palavras-chave: Nova Museologia, Desenvolvimento Regional, Impacto Económico, Recursos Endógenos, Desenvolvimento Sustentável, Economia Regional

Abstract

For the museum, the 1970's decade was a rebirth period, fulfilled by the ideas and experiences achieved in the New Museology context. Besides the redefinition of its role, directed to the public, the community, restoring its social and cultural function and modernizing its administration to assure a financial sustainability, the museum also assumes an active function in the development of the region. Its ability to attract visitors creates impacts in the regional and economical dynamics, with influences that can be essential for integrated and sustainable development politics. But the evaluation of this impact can be a difficult task because of the number of indicators that need to be considered, and it's important to not forget the social, cultural, environmental and economical impacts that are the basis of the local population quality of life. In a period where the museum, with other cultural institutions, finds its financial resources compromised, it is important to think about these impacts, enhancing the economical side. The present work pretends to reflect on the potential role of the museum in the regional development, showing how the economical dynamics of a region can improve its activity. Portuguese examples show how its contribution reflects on different realities and how it could develop new projects, as the City Hall Ecomuseum of Ribeira de Pena.

Key Words: New Museology, Regional Development, Economical Impact, Endogenous Resources, Sustainable Development, Regional Economy

Résumé

Les années 70 ont représenté, pour le musée, une époque de renaissance, grâce aux idées et expériences développées par rapport à une Nouvelle Muséologie. En plus de redéfinir son rôle en se tournant vers le public, sa communauté, tout en renouvelant sa fonction socioculturelle et en modernisant sa gestion de forme à garantir son soutien financier, le musée assume aussi une fonction active dans le développement de la région. Sa capacité d'attraction de visiteurs provoque des impacts dans la dynamique économique régionale, avec des répercussions qui peuvent se révéler fondamentales dans une politique de développement intégrée et soutenue. Mais l'évaluation de cet impact peut se révéler difficile à cause de la quantité d'éléments à considérer, sachant que nous ne pouvons pas oublier les impacts socioculturels en ce qui concerne l'environnement qui, ensemble, avec l'impact économique, sont dans la base de la qualité de vie des populations locales. Dans une époque où le musée, en plus des institutions culturelles, voit son financement compromis, il est important de réfléchir sur ces impacts, tout en valorisant l'aspect économique. Le présent travail vise à réfléchir sur le rôle potentiel du musée dans le développement régional, en montrant comment la dynamique économique d'une région peut bénéficier de son activité. Avec quelques exemples portugais, il cherche à montrer comment sa contribution se reflète, dans la pratique, dans différentes réalités et comment il peut stimuler de nouveaux projets, comme c'est le cas avec l'Ecomusée Municipal de Ribeira de Pena.

Mot-clé: Nouvelle Muséologie, Développement Régional, Impact Économique, Ressources Endogènes, Développement Sustainable, Économie Régional

Abreviações

ADCR – Associação para o Desenvolvimento da Conservação e Restauro

CAM – Campo Arqueológico de Mértola

CCDR – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

EMRP – Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena

EMS – Ecomuseu Municipal do Seixal

ICOM – International Council of Museums

IIP – Imóvel de Interesse Público

INE – Instituto Nacional de Estatística

OAC – Observatório das Atividades Culturais

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

PNB – Produto Nacional Bruto

RPM – Rede Portuguesa de Museus

SNPRCN – Serviço Nacional de Parques, Reservas e Conservação da Natureza

TICCIH – The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage

Índice

Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	iv
Résumé	v
Abreviações	vi
Índice	vii
Introdução	1
1. A Nova Museologia e a redefinição do conceito de museu	5
a. Uma instituição voltada para o público	5
b. O alargamento da função cultural	9
c. A função social, uma responsabilidade renovada	13
d. A economia do museu numa perspectiva de mercado	16
2. A problemática do desenvolvimento regional	21
a. Teorias e modelos	21
b. Crescimento <i>versus</i> desenvolvimento	27
c. A ideia de desenvolvimento sustentável	30
d. A dinâmica da economia regional	33
3. O contributo do museu no desenvolvimento da região	36
a. A Nova Museologia e a ideia de desenvolvimento	36
b. A ação direta do museu na economia	40
c. O museu como agente económico indireto	44
d. Riscos inerentes ao cálculo económico	48
4. Da teoria à prática: alguns exemplos em Portugal	51
a. Metodologia	51
b. O Ecomuseu do Barroso	55
c. O Museu de Serralves	62
d. O Ecomuseu Municipal do Seixal	69
e. O Museu de Mértola	78
f. O projeto do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena	86
Conclusão	91
Bibliografia	95
Anexos	104

Introdução

O mundo dos museus mudou substancialmente na última década e ganhou maior relevância em termos económicos.

Bruno S. Frey and Stefan Meier¹

A entrada no novo milénio foi encarada pelo ser humano com expectativa. A evolução tecnológica da sociedade atingira níveis nunca antes imaginados e a expansão económica conhecia tempos de prosperidade para o tradicional mundo ocidental e para as economias emergentes que se começavam a emancipar. A perspetiva era de um futuro promissor em termos económicos, mas também sociais, ambientais e culturais. As conquistas em termos de cooperação internacional proporcionadas pelas últimas três décadas do século XX indicavam esse caminho, detendo a ONU um papel fundamental através dos seus diferentes organismos. Assim se conseguira a cooperação no apoio internacional aos mais desfavorecidos, na intervenção em zonas de conflito armado para a manutenção de paz, na preocupação com as questões ambientais e na salvaguarda do património cultural, motivos que proporcionaram a assinatura de diferentes tratados pelos países membros. A perspetiva era que o alargamento da cooperação internacional permitisse a relação entre as nações num mundo cada vez mais globalizado e globalizante, de forma a conseguir a melhoria da qualidade de vida da população mundial e a redução das assimetrias que permaneciam. Ao fim de uma década de vida neste novo milénio, o futuro é olhado com apreensão. O mundo conheceu novas zonas de conflito, alterações ambientais e transformações sociais². A ordem económica mundial conheceu também profundas alterações, destacando-se a emergência de novas potências e o mergulhar do mundo ocidental numa crise económica e financeira cujos efeitos não são ainda totalmente perceptíveis.

O mundo dos museus não está imune às alterações da sociedade. Como parte do meio onde se insere, o museu sofre os efeitos de qualquer mudança, que deve saber interpretar e à qual se deve adaptar, de forma a conseguir cumprir com a sua missão, as suas funções e objetivos. Primordialmente vistos como instituições culturais e sem fins lucrativos, o que justifica o facto de serem grandemente sustentados pelo setor público, é em épocas de dificuldades económicas que os museus ficam mais vulneráveis à crítica e à desconfiança sobre a sua necessidade. O estigma de

¹ FREY, Bruno S. and MEIER, Stephan (2006) *Cultural Economics*. In MACDONALD, Sharon [ed.] *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell, p. 398.

² Uma das mais importantes ainda se faz sentir com os efeitos da chamada “Primavera Árabe”.

“mausoléu de relíquias” é-lhe novamente associado para justificar as reduções orçamentais que colocam em causa a sua própria existência. Mas os museus também mudaram muito. A Segunda Guerra Mundial foi uma época de mudanças profundas na organização da sociedade e na ordem económica mundial. O período que se seguiu motivou a reflexão e a procura de novas formas de intervenção cultural, económica, ambiental e social e isso também se refletiu no mundo dos museus. A partir da década de 1960 surgem novas propostas e experiências de trabalhar a museologia, uma “Nova Museologia” como será batizada na década seguinte em Santiago do Chile. Esta Nova Museologia, que se desenvolve com o contributo de ciências como a antropologia e a sociologia, traz também novos tipos de museus³ e influencia a legislação dos diferentes países em política museológica. O museu volta-se para o público e para o meio onde se insere. O visitante surge agora como principal protagonista e o objeto torna-se dialogante, enquanto mediador de significados. Ao mesmo tempo que explora novas formas de interpretar e divulgar a sua coleção, o museu insere-se na comunidade e procura ir ao encontro das suas expectativas e necessidades. Reencontra a sua função pedagógica e dedica-se ao público escolar, ao público sénior, às famílias a quem dedica atividades específicas. Mas o museu não renova apenas as funções tradicionais, adota também uma gestão empresarial voltada para a otimização de recursos com vista à sua viabilidade e sustentabilidade financeira. Com a Nova Museologia o museu adapta-se às necessidades da sociedade, do público e do meio onde se insere.

Porém, o museu surge agora também como meio de desenvolvimento da região. A Nova Museologia desenvolve-se a par de uma nova ideia de desenvolvimento que é incorporada na sua reflexão. O desenvolvimento deixa agora de ser confundido com o mero crescimento económico, para passar a incluir também a melhoria das condições de vida da população, o que abrange preocupações ambientais, culturais e sociais. Surge a ideia de um desenvolvimento integrado e sustentável de forma a permitir qualidade de vida e continuidade para as gerações futuras. O museu assume também uma função de desenvolvimento que se manifesta pela sua intervenção cultural, pela sua ação social e pelos impactos que, direta ou indiretamente, exerce sobre a economia. Esta postura é assumida de forma definitiva com a adoção pelo ICOM da atual definição de museu que coloca a instituição ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento.

O presente trabalho pretende realizar uma reflexão sobre o impacto económico do museu na economia regional de forma a compreender como pode esta instituição representar um fator de

³ A título de exemplo, o número de tipologias de museus identificados pelo ICOM passou de 4, na década de 1960, para as 9 que atualmente são identificadas.

desenvolvimento económico. Numa época em que a “austeridade” é palavra de ordem e os cortes orçamentais se verificam em todos os setores, o que afeta invariavelmente o setor cultural,⁴ a par da redução das receitas de bilheteira pela redução de visitantes, este é um tema necessário ao mundo dos museus cuja reflexão deve incidir sobre os problemas que mais os afetam em cada momento. Esta é a altura dos museus refletirem sobre o seu lugar também em termos económicos, um tema que apesar de não ser novo⁵ é tradicionalmente adverso aos profissionais mais conservadores que consideram a instituição superior às questões financeiras. Mas numa sociedade onde impera a lógica da mercantilização generalizada e global (GARCIA, 2003), este é um tema fundamental para que o museu garanta a sua sobrevivência financeira pela reafirmação da importância que detém na sociedade.

O trabalho encontra-se dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo debruça-se sobre a Nova Museologia e as mudanças que o museu conheceu fruto dessa reflexão, ao nível das suas funções culturais e sociais, a forma como se abriu ao público e à gestão empresarial. A abertura do museu ao público trouxe novas formas de olhar para as coleções, de desenvolver as exposições e as demais atividades, de proporcionar novas experiências, mas também de organizar e gerir o museu que se preocupa agora com a sua gestão financeira. Esta nova forma de intervenção sociocultural vem reposicionar o museu na sociedade, renovando a sua importância e confiança perante aquela. Desta forma, os quatro pontos em que o capítulo se divide vão ao encontro das mais profundas mudanças provocadas pelos ideais da Nova Museologia, como o museu se volta para o público, como renova a sua intervenção cultural e social e como se adapta às novas necessidades de gestão. O segundo capítulo aborda a temática do desenvolvimento regional. É, por isso, explicada a visão da economia sobre o desenvolvimento das regiões por meio das principais linhas de pensamento económico que estão na base dos atuais modelos de desenvolvimento, demonstrando como a própria ciência económica tem revelado dificuldades em conseguir resolver as assimetrias regionais. É ainda abordada a evolução do próprio conceito de desenvolvimento que, durante tanto tempo, se centrou no crescimento económico e que evoluiu para abranger hoje a qualidade de vida da população. Este capítulo debruça-se ainda sobre o conceito de desenvolvimento sustentável e sobre a forma como se processa a dinâmica da economia regional, de modo a compreender a mundo económico das regiões e a forma como tem evoluído. Estes dois primeiros capítulos servirão de base

⁴ Este setor é, já de si, frágil por representar a menor fatia do orçamento público.

⁵ Ver por exemplo PEARCE (1992), JOHNSON (1992) MENDES (1999) ou, de uma forma indireta, SEAMAN (2003) e SHARPLEY AND TELFER (2002).

para compreender como se processa o contributo económico do museu para a região, abordado no terceiro capítulo. Neste, é estabelecida a relação entre as teorias de desenvolvimento e os ideais transmitidos pelo movimento da Nova Museologia, nomeadamente no que se refere ao conceito de desenvolvimento sustentável, permitindo compreender como pode o museu enquadrar-se numa visão económica ou num programa de desenvolvimento regional. São depois apontados os diversos contributos diretos e indiretos do museu na economia da região. No final reserva-se ainda um ponto dedicado aos riscos do cálculo económico, nomeadamente no que se refere à criação de modelos que traduzam em números esses impactos. São aqui explicadas, por um lado, as dificuldades de cálculo quantitativo do contributo do museu na economia regional, dado a alargado leque de indicadores e de efeitos muitas vezes incalculáveis, e por outro lado, o risco associado à tendência de, por meio dos cálculos económicos e da tentativa de melhorar os seus resultados, concentrar as atenções dos museus nos fatores económicos, esquecendo os restantes fatores tão importantes na sua ação.

O quarto capítulo pretende fornecer uma componente empírica ao presente trabalho através da consideração de quatro exemplos relativos à realidade portuguesa. Após uma abordagem metodológica da análise realizada, o capítulo debruça-se sobre quatro museus portugueses, diferentes entre si, mas com resultados económicos muito positivos para as respetivas regiões, os quais se somam às vantagens socioculturais. Como forma de ultrapassar a ambiguidade dos dados fornecidos pelos Censos, privilegiou-se o contacto com as respetivas comunidades de forma a compreender a sua visão, desta forma mais próxima da realidade. Pela visita aos museus e às suas regiões, pretendeu-se aqui complementar o capítulo anterior com uma análise prática, assente no contacto direto com a comunidade. Tal permitiu reforçar a ideia de desenvolvimento económico associada aos museus de forma a servir de motivação para novos projetos, sejam de instalação ou de renovação, mas que reforcem o papel do museu no meio onde se insere. É ainda neste sentido que se dedica o último ponto deste capítulo ao projeto do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena. Este é um projeto museológico que dá agora os primeiros passos, mas que pretende contribuir para o desenvolvimento da sua região de implantação com base no património associado à comunidade ribeirapense e ao seu território. Os casos empíricos analisados servir-lhe-ão, quer como desafio, quer de orientação.

1. A Nova Museologia e a redefinição do conceito de Museu

Um dos maiores desafios para os museus no início do século XXI é voltarem-se para o visitante.

Eilean Hooper-Greenhill⁶

a. Uma instituição voltada para o público

Está na natureza do Homem colecionar objetos que se distinguem dos demais, pela sua beleza estética, pelo seu exotismo, pela sua importância histórica ou mesmo pelo seu significado particular. Dependendo da sua riqueza ou peculiaridade, durante séculos estas coleções revelaram-se muitas vezes uma afirmação de riqueza e conhecimento, mas também de poder e importância social dos seus detentores que, por este meio, ganhavam prestígio e reconhecimento de uma sociedade onde o acesso ao conhecimento era restrito. É precisamente a partir deste gosto pela conservação de objetos especiais que nascem os museus, distintos das demais instituições culturais pela coleção que têm à sua guarda e que lhes compete preservar, estudar, expor e divulgar. Desta forma, os museus têm na sua génese uma função de guardiães do conhecimento associado à arte, à ciência, à história natural e humana, conservando objetos, por vezes únicos, para a compreensão do Homem e do mundo que o rodeia. Assente nesta conceção, o museu vai-se centrando cada vez mais sobre a sua coleção, voltando-se para um público especializado e culturalmente esclarecido e afastando-se da sociedade que, no exterior, conhece mudanças profundas na primeira metade do século XX. Entre os profissionais do museu domina a ideia de que o valor do museu está na sua coleção e que deve ser o público a procurá-lo, residindo a sua principal responsabilidade na “apresentação apropriada do património artístico para a posteridade” (BRADFORD, 1991, p. 87) como expresso por Sherman Lee, diretor do Cleveland Museum, já em finais da década de 1960. Esta conceção vai isolando cada vez mais os museus do mundo que os rodeia, transformando-os nos “mausoléus de relíquias” (KOTLER E KOTLER, 1998, p. 11) inacessíveis que, ainda hoje, representam a visão de alguns estratos da sociedade.

Mas o mundo conhece uma evolução rápida e radical, primeiro pela expansão do liberalismo, ainda no século XIX, que marca o fim dos privilégios do Antigo Regime e o alargamento dos direitos civis, depois, já no século XX, marcada pelos grandes conflitos mundiais e pela expansão da

⁶ HOOPER-GREENHILL, Eilean, *Studying Visitors*. In MACDONALD, Sharon [ed.] *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell, 2006, p. 362.

democracia. Tal evolução permite o acesso generalizado à educação, ao conhecimento e à fruição cultural. Esta mudança política e social é acompanhada de uma rápida evolução dos meios de comunicação e de uma economia cada vez mais global, capaz de levar bens e serviços a qualquer parte de um mundo que deixa agora de ser estranho aos acontecimentos distantes. Neste mundo em mudança, que se acentua ao longo do século XX, surgem vozes entre os profissionais dos museus refletindo sobre a função desta instituição, sobre a sua origem e evolução e sobre o seu papel na sociedade, experimentando novas formas de praticar a museologia. Estas experiências museológicas tentam explorar novos caminhos no âmbito social, moral e económico utilizando como campos experimentais a comunidade, os públicos e o território. Foi assim com os museus *open-air*, os museus de comunidade ou os ecomuseus que se desenvolvem a partir de novas ideias, contributo da ecologia, da antropologia e da sociologia. É também apoiada por estas novas ciências e assente em ideias como a democratização cultural (VALDÉS SAGÜÉS, 1999, p. 36) que após a Segunda Guerra Mundial se acentua esta reflexão (MARTÍNEZ, 2006), procurando uma ação prática para os museus que então se encontram cada vez mais distantes do público e da comunidade que os rodeia. Este público, mais esclarecido e exigente, afasta-se dos museus e procura a oferta de outras instituições mais dinâmicas para as suas necessidades de lazer e fruição cultural. Mas é precisamente no público e na comunidade onde se insere que a reflexão em torno dos museus se vai desenvolver e encontrar estímulo para a sua própria evolução. Também importante para esta reflexão foi a criação do ICOM e dos seus comités internacionais, cuja promoção de conferências e jornadas de reflexão permitiram dinamizar a discussão sobre o papel do museu (KEENE, 2005, p. 178).

É neste contexto que no início da década de 1970 surge uma Nova Museologia que se desenvolve em duas vertentes. Uma primeira, conhecida como vertente francófona, baseada na ideia de ecomuseologia desenvolvida por Georges-Henri Rivière e Hugues de Varine, reposiciona o museu enquanto espelho da comunidade e do seu território que se apresentam como base fundamental de uma atividade museológica, cuja ação deve ter em vista o seu desenvolvimento sustentável (PESSOA, 2001, p. 28). Aqui a ideia de democratização cultural assume especial relevo, incidindo a ação do museu em proporcionar o acesso ao maior número de pessoas, por meio de técnicas de museografia inovadoras e da abertura do museu ao exterior, no sentido de conseguir ir ao encontro das necessidades do público. Uma segunda ideia assenta na chamada vertente anglo-saxónica, defensora do museu enquanto espaço de crítica, reflexão e questionamento da realidade que melhor consegue concretizar quanto maior for o âmbito do seu público, das suas práticas e da sua atividade. Ambas as vertentes, no entanto, defendem o museu centrado nas suas funções sociais, a participação das populações na sua atividade e uma intervenção no sentido do

desenvolvimento integrado. Esta abrangente reflexão veio alargar o conceito de museu e culmina em 1984 com a Declaração do Quebec ao definir a Nova Museologia como a museologia que primeiramente se preocupa com o desenvolvimento da comunidade, “refletindo as forças condutoras do progresso social e associando-as aos seus planos de futuro” (DAVIS, 1999, p. 58). O museu “nominal”, centrado na conservação e estudo das coleções, começou então a dar lugar ao museu “verbal”, com uma ação centrada no público (MARTINEZ, 2006, p. 262) que assume uma posição fundamental na sua existência. A coleção continua a estar na génese do museu, assumindo agora uma função dialógica de ligação com o visitante enquanto evidência palpável de aspetos do Homem e do seu meio, mas também como meio de comunicação transmitindo ao público um significado que lhe está adjacente (HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, 1998, p. 22). Esta função comunicativa revela-se, aliás, importante na ligação com o público, obrigando à reflexão sobre as técnicas de exposição, incluindo novas linguagens e recorrendo a novos meios que permitam reforçar o seu potencial comunicativo, de forma a dialogar abertamente com o visitante enquanto elemento ativo da exposição. A Nova Museologia reflete, desta forma, um museu dinâmico cuja atividade se desenvolve voltada para o público, “balançando entre a conservação e a educação, entre o objeto e o sujeito, entre a imobilidade e a ação” (MARTÍNEZ, 2006, p. 277). O museu possui agora uma série de ofertas para além da divulgação científica, que vão ao encontro das necessidades do visitante e complementam a visita às exposições. Mas o visitante já não é um mero expectador ao visitar o museu, ele assume agora um novo papel como parte da própria exposição enquanto agente ativo na sua interpretação e na construção de significados (ANICO, 2008; HOOPER-GREENHILL, 2006). Assume, desta forma, uma posição central na atividade do museu que tem agora de lhe dedicar uma atenção especial como nunca fizera antes. Para bem desempenhar a sua função, o museu tem de conhecer o seu público, ou os seus diferentes públicos, e aprender a comunicar de forma a ir ao seu encontro (COFFEE, 2007, p. 378). Com destaque a partir da década de 1990 e tendo como precursores os museus e centros de ciência, os estudos de público são fundamentais para que o museu desenvolva a sua atividade ao encontro dos visitantes, permitindo adaptar a comunicação das exposições, a dinamização de atividades complementares e a conceção de programas educativos focados no público a que se destinam⁷ (HOOPER-GREENHILL, 2006, pp. 372-373).

⁷ Evidentemente que são ainda muitos os museus que, por várias razões, não conhecem o seu público nem dedicam atenção a estudos sobre esta matéria. No entanto, é uma prática que se vem generalizando e, de acordo com o INE, em 2002, apenas 20% das entidades museológicas em Portugal não faziam controlo de visitantes.

A reflexão desenvolvida pela Nova Museologia está na origem do museu do século XXI, um museu que mantém as suas funções tradicionais de preservação e investigação da coleção, mas que se vira agora para as necessidades de uma sociedade em mudança constante e que pode encontrar no museu um apoio importante para se conhecer a si mesma. É hoje um museu que se vira para o público e que aposta na comunicação como forma de reassumir a sua importância (WEIL, 2004, p. 75), acompanhando a evolução de uma sociedade cada vez mais plural e mantendo-se na vanguarda da ação cultural. Não se trata, por isso, de assumir novas funções, antes sim da “socialização” das suas tradicionais funções, assumindo uma função de “serviço público” com competência na tutela de bens culturais e na didática (VALDÉS SAGÜÉS, 1999, p. 37). A importância do ICOM revelou-se novamente fundamental ao adotar uma definição de museu que coloca o público numa posição central da sua atividade, deixando o museu ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, situação que influenciou as diferentes legislações nacionais destinadas aos museus.

b. O alargamento da função cultural

O museu é, antes de tudo, uma instituição cultural e é uma função cultural que está na sua génese, a conservação, aliada ao estudo e, sempre que possível, a exposição da sua coleção. As primeiras coleções museológicas estavam principalmente associadas à arte, constituindo-se o único meio de acesso às obras do passado e de vanguarda, mas também à história da humanidade e natural, pelo exotismo e valor científico que lhes estava adjacente. Esta seleção tinha associada a própria noção de património, assim reduzida durante séculos e assente no património material, físico, palpável (CARVALHO, 2011, p.87). Hoje, no entanto, este conceito é muito mais “globalizante”, estendendo-se também à arquitetura popular, à etnografia, ao industrial, ao quotidiano, ao imaterial e aos elementos do património natural, constituindo todas estas vertentes um património integral, uma única realidade indissociável. Tal evolução do conceito de património, para a qual muito contribuiu a ação da UNESCO (DUARTE, 2010, p. 45), tem associada uma função que foi, também ela, fruto da reflexão sobre a sua importância enquanto símbolo palpável associado à memória e identidade do ser humano. Desta forma, o património aparece hoje, não apenas como um meio que tem valor por si próprio, mas pela relação que estabelece com um determinado contexto ou memória, assumindo-se como o elo de ligação entre o observador e o significado que lhe está associado. Estabelece, assim, uma ligação entre o passado, o presente e o futuro, criando compreensão sobre o tempo e o espaço alcançável através da sua preservação, estudo e divulgação. Atualmente, o fenómeno da globalização é também cultural, motivado pela expansão das empresas multinacionais, que transportam hábitos de consumo de uma região para outra por força do marketing, mas também pela riqueza cultural que os países mais abastados potenciam, proporcionando a criação artística e cultural que facilmente exportam por ação do marketing e da facilidade de acesso aos meios de comunicação⁸. Esta situação desperta com frequência reações de revolta e resistência da parte de indivíduos, das comunidades locais, que encontram no património associado à sua identidade e memória coletiva um suporte para reforçar os seus argumentos, constituindo-o como um alicerce fundamental⁹. Mas surgem também situações de procura pelas origens culturais, num momento em que as comunidades vão sentindo a força de uma miscigenação

⁸ Podem aqui ser referidos os exemplos fornecidos pela produção musical, pelo impacto do mercado da arte ou, mesmo, pela produção cinematográfica, por norma mais ativa e com perspectivas de exportação a partir de países economicamente desenvolvidos, influenciando gostos e hábitos em todo o mundo.

⁹ Na obra “Heritage and Museums”, editada por J.M. Fladmark (2000), são abordados os museus nacionais que assumem uma função de símbolos identitários representantes de uma nação, como acontece na Escócia, nos Países Escandinavos ou na Rússia.

forçada, ou uma aculturação inevitável, motivada pelo desenvolvimento das comunicações que, ora permitem a saída de pessoas, ora a importação de hábitos e ideias exteriores, levando a que no seio das novas gerações surjam dúvidas sobre as suas origens e o seu lugar no mundo. Curiosamente, estas origens identitárias não se encontram testemunhadas por fontes escritas, mas por bens materiais da atividade humana que constituem fontes fundamentais para a sua compreensão. Perante esta evolução do conceito de património, também a função de salvaguarda, estudo e divulgação da coleção pelos museus ganha renovada importância e um acréscimo de consciência sobre a sua responsabilidade. Se tradicionalmente a salvaguarda do património permitia a compreensão da história ou a fruição artística, hoje tem uma função mais próxima do indivíduo e da sociedade, de ligação intemporal e de significado, não se resumindo a uma elite o interesse por esta função, mas alargando-se a todos. Além disso, o fenómeno da “patrimoniolização” conduziu ao aumento considerável dos bens a preservar que, antes, não eram considerados, o que justifica a necessidade de mais museus (MENDES, 1999, pp. 221-222).

Com a reflexão em torno das novas tendências museológicas e o surgimento da Nova Museologia, os museus conhecem uma renovação da importância da função tradicional de conservação do património que reassume a sua importância na sociedade. Mas os museus conhecem também novas exigências que a sociedade lhes impõe no desempenho da sua função cultural, numa tendência que pode ser apelidada como “museologia de ação” (FERNÁNDEZ, 2006, p. 27) ou “de intervenção” (NABAIS, 1993, P. 49). Já não é suficiente a conservação da coleção, atividade que até então se processava “na penumbra da cultura nacional” e que repentinamente se vê exposta à sociedade e à sua crítica (COSSONS, 1991, p. 15). A coleção deve ser valorizada pela investigação que se revela agora uma obrigação fundamental para a sua interpretação, para justificar a sua importância e para desenvolver estratégias de valorização, assumindo-se desta forma o museu como um espaço de produção de conhecimento (PADRÓ, 2006, p. 52). Mas essa valorização passa também pela dinamização através das exposições, de atividades didáticas e de divulgação ou mesmo de serviços complementares, transformando o museu num espaço aberto à sociedade e à sua comunidade, com as quais assume uma posição comunicativa e dialogante¹⁰. A conservação da coleção mantém, desta forma, uma posição central na ação do museu mantendo-se na base de toda a sua restante atividade, mas agora de uma forma dinâmica (SEMEDO, 2005; WITCOMB, 2003). As técnicas de exposição ganham aqui um novo sentido perante as novas conceções do valor dos

¹⁰ A título de exemplo, o Museu de Serralves inclui na sua agenda espetáculos de música ou de cinema como forma de cativar novos públicos e de promover o gosto pela arte contemporânea.

objetos ou mesmo do alargamento da ideia de património, desenvolvendo-se uma linguagem museográfica que vai ao encontro dos novos objetivos da exposição (VALDÉS SAGÜÉS, 1999, p. 36). A ideia de que os objetos são meios de ligação a significados obriga a repensar a forma de expor os objetos cujo valor deixa de ser inquestionável e que adquirem agora um papel reflexivo e interpretativo perante o observador, cumprindo uma função para além da divulgação do trabalho científico ou artístico, obrigando-o à introspeção e permitindo-lhe refletir sobre a sua existência e o seu lugar no mundo. É, por isso, uma função filosófica, de cidadania, que os museus assumem e onde conseguem fazer a diferença na sociedade.

Mas os museus, como foi referido, não são mais um espaço inerte, acolhendo exposições estáticas que aguardam a sua visita. Os museus procuram atrair novos públicos de forma a cumprir com a sua função pedagógica, científica e filosófica, pelo que devem proporcionar experiências alternativas e estimulantes. A realização de novas exposições, dentro e fora do museu, permitem utilizar esta forma de comunicação tão sua de uma forma dinâmica e experimentar novas formas de exploração do conhecimento. A valorização da coleção passa também pela realização de atividades de exploração das exposições para públicos diferenciados e de atividades complementares, com vista à divulgação e sensibilização, permitindo a atração de novos públicos e a dinamização da comunidade, revelando-se o museu um espaço importante de dinamização cultural e reflexo de qualidade de vida do meio onde se insere. O outrora mausoléu repulsivo do grande público pode ser hoje um espaço atrativo, onde é permitido às pessoas passar bons momentos de convívio, fruição e alargamento dos seus horizontes e onde podem enriquecer em termos de saúde e cidadania (MENDES, 1999, p. 223). Mas o museu não se abriu apenas para o visitante, abriu-se também para a sociedade, coordenando-se hoje com outras instituições, culturais e não só, no desenvolvimento de atividades comuns e complementares. Desta forma, consegue ir ao encontro das necessidades da comunidade e contribuir para o desenvolvimento da sociedade, ao mesmo tempo que promove as suas coleções e se complementa com a atividade de outras instituições, revelando um papel importante na dinâmica cultural do meio em que se insere (VALDÉS SAGÜÉS, 1999, p. 42). A ação do museu pode ter mesmo um impacto alargado, através da inserção em redes culturais ou turísticas de âmbito extrarregional¹¹. Os museus já não são apenas armazéns de objetos, são hoje armazéns de

¹¹ São cada vez mais os museus que possuem protocolos de colaboração com instituições do ensino superior ou de integração em redes e roteiros como formas de promoção da investigação associada à sua coleção e de divulgação das suas ofertas. Um exemplo é o projeto Mercator que incluiu vários museus e universidades europeias e que resultou na criação de uma rede de museus e em várias iniciativas de investigação, valorização e divulgação dos itinerários mercantis tradicionais.

conhecimento e produtores de cultura, pela investigação e divulgação científica e pela dinamização de atividades, revelando-se uma importante instituição cultural na sociedade.

c. A função social, uma responsabilidade renovada

A reflexão despertada em torno da Nova Museologia abriu o museu ao público e alargou a sua função cultural, colocando os seus serviços, coleções e conhecimentos ao serviço da sociedade como nunca acontecera antes. Perante esta abertura à sociedade, a existência de uma atividade de âmbito social na ação do museu revela-se uma necessidade, prestando um serviço mais alargado ao visitante e à comunidade que o envolve. A museologia social caracterizou as novas formas de museus que então vão surgindo (ecomuseus, museus de sociedade, museus de comunidade – DAVIS, 1999, p. 58) e entrou na atividade de muitos dos velhos museus que optam pela renovação, trazendo vantagens para os próprios no cumprimento da sua missão e revelando-se ainda mais importantes e indispensáveis no meio em que se inserem.

Mas esta função social não é novidade para o mundo dos museus. Na sua origem, o museu era um espaço de convívio social, onde pessoas “de condição social elevada” se juntavam para momentos de fruição e discussão. Está também presente na fundação dos museus públicos no século XIX, cujo objetivo era possibilitar o acesso público ao conhecimento, principalmente junto daqueles que não tinham meios de acesso à educação e que dispunham aqui de outras formas de autoaprendizagem (FARIA, 2003, p. 32). Acontece, porém, que a forma como essa função era então desenvolvida, de modo acentuadamente científico e especializado, se manteve ao longo dos tempos, afastando o grande público e transformando o museu numa instituição elitista e pouco estimulante para aqueles que não a compreendiam. Tal justifica que ainda hoje, e após mais de trinta anos de reflexão e mudança em torno das funções do museu, não seja ainda um hábito social comum a visita ao museu e, no caso português, grande parte da população não tenha visitado um museu fora do contexto escolar (SANTOS, 2008, p. 40).

Foi importante o contributo da antropologia para a reflexão sobre a função social dos museus (DUARTE, 1998, p.122), renovando-se, como foi já abordado, sob a forma de um “museu verbal”, dialogante, interativo, mediador de significados. Esta renovação vai refletir-se lentamente na redefinição da missão dos museus e nas próprias legislações nacionais de cada país. Em Portugal, a Lei-Quadro dos Museus Portugueses (LEI nº 47/2004) define entre os três primeiros princípios da política museológica nacional o “princípio do primado da pessoa”, promovendo o seu desenvolvimento integral e a defesa dos direitos fundamentais, o “princípio da promoção da cidadania”, através da valorização da pessoa, e o “princípio do serviço público”, promovendo a abertura à sociedade. Estes princípios visam claramente destacar a função social dentro das funções dos museus. Esta mudança de paradigma vem-se refletindo na atividade dos museus ao longo das

últimas décadas, nas tentativas de colmatar as necessidades da sociedade, voltando as suas ações para a inclusão social, para a promoção da cidadania ativa ou o desenvolvimento pessoal. Os museus revelam-se importantes instituições no combate às desigualdades, bem como parceiros fundamentais para outras instituições de intervenção social (SANDELL, 2002; PADRÓ, 2006; SEMEDO, 2008). Desenvolvem atividades para o público sénior, para as famílias, para os mais desfavorecidos, para a comunidade envolvente de forma, não apenas a visitarem o museu, mas a lá encontrarem uma forma de colmatarem outras necessidades, de autoestima, de identidade, de memória, de cidadania, através da história, da arte, da ciência ou da etnografia. É desta forma que o museu renova hoje também a sua função de lugar de convívio, de relações sociais, cada vez mais presente nas suas ofertas. Esta função reflete-se, por um lado, ao nível dos espaços convidativos que oferece para o efeito, como a cafetaria, o restaurante ou o parque, por outro, ao nível das atividades de animação sociocultural que promove nos seus espaços e mesmo fora deles, como concertos musicais, peças de teatro, ateliês ou atividades desportivas, muitas vezes em colaboração com outras instituições e que convidam a uma participação ativa da população¹². A este nível não pode deixar de ser feita referência aos museus dos Estados Unidos da América, onde já na década de 1960 os museus e galerias de arte representavam um dos espaços mais importantes em muitas das suas cidades, representando para as respetivas comunidades um espaço de convívio com amigos e vizinhos onde era possível ocupar horas de lazer (MENDES, 1999, p. 225)

Mas é na função educativa que os museus têm revelado o seu principal contributo social. Os programas escolares têm hoje uma componente importante no âmbito da formação cívica e da autoaprendizagem dos indivíduos (FARIA, 2003, p. 32), estimulando-os a descobrir, a explorar a sua capacidade e a tornarem-se cidadãos conscientes. Mais uma vez, a coleção do museu revela-se um trunfo fundamental para o desenvolvimento da sua função social. Os museus apresentam-se no campo educativo dotados de meios estimulantes para cativar um público escolar em busca de novidade e experiências inesquecíveis, através da utilização do objeto como fonte de informação (HEIN, 2000; HOOPER-GREENHILL, 1994). O museu pode, deste modo, apresentar formas muito mais divertidas e interessantes de alcançar o conhecimento, complementando de forma significativa a atividade da escola. E são estas influências, marcantes na formação do indivíduo, que estão na base

¹² Um exemplo incontornável da realidade portuguesa passa pelo Museu de Serralves. Este museu disponibiliza vários espaços para além dos expositivos como o parque, a biblioteca, o restaurante ou a cafetaria que permitem largos momentos de lazer. Disponibiliza também uma série de atividades destinadas à participação ativa de diferentes tipos de públicos, como famílias, grupos escolares ou grupos com necessidades especiais, entre ateliês, oficinas e atividades lúdicas.

da sociedade do amanhã e nas mudanças sociais que se vão desenvolvendo. Na verdade, os serviços educativos têm merecido especial atenção no mundo dos museus, apresentando-se muitas vezes como a única oferta de exploração da sua coleção para além das exposições, o que resulta do peso que o público escolar ainda representa no total dos seus visitantes. Mas os serviços educativos, quando existentes, dão outra dinâmica ao museu, atraindo visitas escolares, desenvolvendo formas alternativas de exploração das exposições contribuindo para alargar a sua atividade para além do público escolar, permitindo dotar a capacidade científica do museu de uma rica e alargada vertente pedagógica. A ação dos serviços educativos vai mesmo para além da dinamização de atividades e é hoje presença marcante na própria conceção das exposições, onde a sua opinião é fundamental, e em grande parte da ação do museu revelando-se com frequência o seu departamento mais interventivo. Hein (2006, p. 344) identifica mesmo sete áreas de programação onde os educadores dos museus de arte têm intervenção, desde os programas para públicos diferenciados (comunidades, famílias, escolas...) aos conteúdos educativos *online*, num total de quarenta e cinco funções sob a sua responsabilidade. Os museus encontram, por isso, no plano educativo um importante trunfo para o cumprimento dos seus propósitos, permitindo-lhes explorar uma vertente que sempre esteve na sua génese e com ela desenvolver um papel social essencial na sociedade, ao mesmo tempo que se revela mais dinâmico e apelativo.

d. A economia do museu numa perspetiva de mercado

Facto que parece ganhar consenso na sociedade é o de que a Globalização é uma realidade que veio para ficar (BONIFACE, 1993, p. 149), influenciando de forma direta ou indireta a vida de qualquer instituição. O grande desenvolvimento dos meios de comunicação que o mundo conheceu a partir da década de 1950, permitiu a rápida evolução da sociedade associada à rapidez de transmissão de informação e à facilidade de acesso aos produtos. Este fenómeno facilitou o acesso a bens e serviços culturais, mas sobretudo o desenvolvimento de uma atividade económica global e imprevisível. De facto, é hoje claro que as influências de um determinado acontecimento não se resumem a uma zona do planeta, mas fazem-se sentir por toda a parte (GIDDENS, 2006, p. 15). A Globalização motivou o desenvolvimento de uma sociedade mais informada, crítica e exigente onde o acesso a bens culturais e ao ensino se generaliza (GARCIA, 2003, p. 46), mas que se desenvolve em torno de uma perspetiva económica e financeira perante a qual também os museus se veem confrontados com a necessidade de prestar contas públicas. O estatuto de instituição sem fins lucrativos voltada para um bem maior da sociedade foi questionado e a sociedade começou a exigir contas sobre a aplicação do dinheiro público recebido por estas instituições numa altura em que as instituições públicas são alvo de desconfiança. Surge o conceito de *accountability* (COSSONS, 1991, p.16) que entra também no léxico dos profissionais de museus que, lentamente, adotam novas práticas de gestão. Como instituições públicas ou como privadas, viram-se perante a necessidade de uma gestão ao género empresarial que garantisse a correta utilização dos recursos e a sustentabilidade do seu funcionamento.

Apesar da resistência ao domínio do mundo financeiro, os museus adaptaram-se a esta nova realidade e mudaram as suas fontes de financiamento, sob pena de verem a sua existência cada vez mais ameaçada por falta de recursos. De referir que o peso do Estado no financiamento dos museus tem, por tradição, um peso significativo, chegando mesmo em média aos 98% em países como a Itália ou a França. No entanto, a tendência atual é para a redução dessa percentagem, sob pretexto da racionalização dos recursos, ou mesmo a privatização ou *outsourcing* de serviços do Estado, que podem incluir os museus (GARCIA, 2003).¹³ Perante a tendência acentuada de diminuição do financiamento público sobre as designadas instituições culturais, os museus tiveram de se revelar autossustentáveis e procurar recursos próprios de forma a reduzir a necessidade de financiamento

¹³ Podem ser aqui chamados como exemplos o Museu da Agricultura de Entre Douro e Minho ou o Museu de Etnografia e História do Porto, que encerraram portas de forma a canalizar recursos para outros serviços. Recentemente surgiu também a discussão sobre a transferência dos museus nacionais para gestão das autarquias.

do Estado, das empresas ou das organizações. A bilheteira surge, então, como um primeiro recurso, generalizando-se a museus que ofereciam acesso grátis por tradição e alargando-se a grupos até então isentos (COSSONS, 1991; DICKENSON, 1994)¹⁴. Os incentivos fiscais oferecidos pelos Estados à prática do mecenato tornou-a comum no mundo dos museus, onde a tendência é para a sua acentuação, sendo vários os exemplos que dependem já em grande parte deste tipo de financiamento. Podem aqui ser referidos os casos do Musée des Instruments de Musique de Bruxelas ou, em Portugal, do Museu de Serralves. Em ambas as situações o Estado surgiu como impulsionador, deixando depois o financiamento da sua atividade a cargo de mecenas, autonomizando o museu na gestão e na dependência do financiamento público. Esta senda por recursos próprios conduziu também ao desenvolvimento de novas ofertas por parte dos museus, complementares às exposições e que permitem, não apenas melhorar a experiência museológica, mas também a aquisição de receitas bem como a publicitação da instituição. O museu, como qualquer outra instituição ou organização, oferece produtos e possui clientes, numa relação de conceitos oferecida pela gestão moderna de processos que permite a satisfação dos segundos e, ao mesmo tempo, a valorização dos primeiros. O museu viu-se também na necessidade de responder ao crescimento de uma classe média consumidora de bens e serviços culturais e de lazer, que estimulou o desenvolvimento do turismo¹⁵ e da economia de serviços (GARCIA, 2003, p. 48). Esta situação motivou a concorrência de uma forte indústria de entretenimento, cuja oferta se revela por vezes mais convidativa para o público em busca de novas experiências, além de conseguir captar apoios financeiros, do Estado e instituições privadas, que deixam desta forma de ser canalizados para os museus. Conseguir cativar este público, sem se transformar num local de puro entretenimento e valor cultural ou científico questionável revela-se, por isso, um desafio arriscado mas fundamental para que o museu se continue a afirmar enquanto instituição cultural de relevo na sociedade¹⁶. Os ideais da Nova Museologia surgem novamente como fundamentais para a própria sobrevivência do museu que deve garantir a conservação e valorização das suas coleções, ao mesmo tempo que vai ao encontro dos seus *stakeholders*¹⁷, sejam eles mecenas, órgãos de tutela ou outros promotores.

¹⁴ Apesar do debate sobre esta matéria se ter adensado na década de 1980, ainda hoje motiva discussão.

¹⁵ Entre 1960 e 1995 o número médio de turistas em viagens internacionais passou de 70 milhões para mais de 500 milhões por ano (GARCIA, 2003, p. 48).

¹⁶ Como foi lembrado por Phillippe de Montebello, antigo diretor do Metropolitan Museum of Art de Nova Iorque, se o museu quiser competir com os parques temáticos irá perder, pois eles conseguem criar entretenimento muito melhor (GARCIA, 2003, p. 107).

¹⁷ Este conceito, oriundo da Gestão, identifica as partes interessadas num projeto ou negócio.

Todos esperam do museu bons motivos para o investimento do seu capital. A este nível, importa ainda referir a importância que assumiu a identidade do museu e a sua diferenciação em relação aos demais. A oferta de uma experiência museológica que inclua exposições emocionantes e serviços complementares atrativos e originais permite cativar a atenção do visitante, estimular a sua imaginação e reflexão, enriquecer o seu espírito e, ao mesmo tempo, proporcionar-lhe algum entretenimento conduzindo ao prolongamento dessa experiência e mesmo à sua repetição. (GARCIA, 2003).¹⁸

Foi também nesta perspetiva que o marketing entrou na rotina do museu. Se inicialmente havia alguma relutância, por se considerar uma ameaça aos princípios profissionais e mesmo uma venda do museu ao mundo do mercado (LEWIS, 1998, p. 323), cedo se compreendeu que o marketing era um caminho importante para chegar ao público, agora no centro da atenção do museu e com quem é preciso comunicar. A Nova Museologia surge numa época em que o marketing está também em expansão, principalmente nos Estados Unidos da América, e cedo é adaptado à realidade dos museus. Se, como já foi abordado, um museu procura divulgar a sua coleção e investigação científica, se procura contribuir para a educação e formação do indivíduo, se procura ir ao encontro do público, o museu tem de atrair visitantes o que só conseguirá promovendo as suas exposições e atividades. O marketing, contudo, não trata apenas da promoção, é precedido de estudos sobre os diferentes públicos que visam orientar a promoção da instituição no sentido das suas necessidades e expectativas (MCLEAN, 1994). É, por isso, um instrumento que visa garantir o sucesso do museu através da promoção da sua missão e objetivos de forma a ter impacto junto do público (KOTLER E KOTLER, 1998). Assim, permite atrair pessoas para visitar as suas exposições e participar nas suas atividades, mas também conhecer as suas necessidades de forma a adaptar as suas ofertas, proporcionando uma comunicação efetiva com os visitantes e a satisfação das suas expectativas. É também uma oportunidade do museu se redescobrir a si mesmo, identificando a sua personalidade própria, que o distingue de todos os outros e que deve utilizar como imagem para sua promoção (LEWIS, 1998, p. 332). A imagem ou marca está diretamente relacionada com o museu e permite que o público facilmente o identifique e à sua missão, competindo ao marketing a sua melhoria e promoção para valorização da instituição e atração de visitantes. Exemplos como o Tate Modern ou o The Natural History Museum de Londres, que promovem uma imagem de modernidade sem, no entanto, romperem com a tradição que está na sua origem (GARCIA, 2003, p. 88), permitem

¹⁸ Esta ideia de identidade tem sido particularmente visível ao nível dos museus locais. Se há uns anos se baseavam em exposições de etnografia mais ou menos semelhantes, hoje tentam destacar-se pela originalidade em relação aos demais.

ilustrar a forma como um museu pode utilizar uma imagem própria para se promover¹⁹. Peter Lewis (1998, p. 329) define, assim, o marketing aplicado aos museus como “o processo de gestão que, antes de tudo, confirma a missão de um museu (...) e é responsável pela identificação, previsão e satisfação eficaz das necessidades dos utilizadores”.

Mas a maior mudança na gestão dos museus surgiria na década de 1990 com a entrada dos administradores ou gestores para o topo da hierarquia destas instituições, relegando os conservadores para um plano secundário apenas voltado para as questões científicas e de conservação. Os museus manipulam orçamentos que por vezes chegam aos milhões de euros, os quais são utilizados para pagamento de ordenados e contas correntes ou aquisição de bens e serviços, não sendo por isso diferentes de outras organizações (SUKEI, 1994, p. 263). Esta mudança, introduzida em museus como o Louvre, o British Museum ou o Technische Museum de Viena, rapidamente se generalizou pelos grandes museus (GARCIA, 2003, p. 122). Em Portugal, museus como o de Serralves ou o Museu Berardo são exemplos dessa gestão empresarial, dividida por vários administradores com funções específicas (conservação, marketing, etc.) sob orientação de um diretor geral, geralmente um gestor.²⁰ Não se trata aqui de uma mera inclusão dos conceitos de gestão de empresa à instituição museológica, o que poderia acarretar graves perigos para o cumprimento da sua função. Trata-se, sim, de uma adaptação da gestão empresarial ao mundo museológico, de forma a garantir a efetiva racionalização dos recursos ao seu dispor sem a necessidade de abdicar das suas funções tradicionais. A missão do museu ganha, assim, uma importância renovada ao permitir definir claramente, não apenas a sua função cultural, mas também a sua posição num mercado cujas forças são cada vez mais complexas e poderosas, além de fundamentais para o seu funcionamento (AMES, 1998).²¹ Definir a missão permite alcançar um equilíbrio entre os interesses dos recursos humanos e dos visitantes²², dos investigadores e dos

¹⁹ O Tate Modern tenta passar uma imagem de modernidade sem, no entanto, se desligar da tradição da Tate Gallery, enquanto o The National History Museum de Londres realça a qualidade das suas coleções tradicionais aliadas aos novos serviços e atividades que oferece.

²⁰ Esta questão sobre quem deve gerir o museu é alvo de discussão frequente.

²¹ Esta questão não é pacífica, existindo defensores de uma posição mais económica e defensores de uma posição mais filosófica na definição da missão do museu.

²² Por exemplo, na definição do horário de abertura ao público, os recursos humanos terão preferência por um horário laboral comum, mas o público preferirá um horário que vá ao encontro dos seus tempos livres, como as tardes e os fins-de-semana. Um museu orientado para a missão tentará adaptar um horário que vá ao encontro de ambos os interesses.

turistas, das necessidades de receita e da função educativa e científica, surgindo assim como um instrumento fundamental na gestão do museu²³.

A utilização das estratégias modernas de gestão veio valorizar o museu e são mesmo vistas como representantes do espírito do museu pós-moderno (AMES, 1998, p.35). Mas oferecem-lhe ainda um campo importante a explorar, onde podem marcar novamente a diferença perante uma sociedade cada vez mais apoiada no mundo financeiro e no mercado económico, onde os valores éticos são, muitas vezes, negligenciados. O museu pode ser um exemplo na sociedade em termos de responsabilidade pública, na conciliação da estratégia de gestão com os valores da ética, assumindo também neste campo um lugar cimeiro na sociedade do século XXI.

²³ O Musée des Instruments de Musique, que apresenta uma declaração de missão na sua página da Internet, admite, no entanto, que ela não é formal por isso motivar discussão entre os diferentes departamentos do museu (GARCIA, 2003).

2. A problemática do desenvolvimento regional

A minha perspetiva, de resto, é a de que o Desenvolvimento Regional é matéria cuja índole exige abordagens não exclusivamente disciplinares, em si, afinal, sempre insuficientes para a resolução dos problemas por vezes designados de económicos mas que são realmente de índole social mais geral.

António Simões Lopes²⁴

a. Teorias e Modelos

O desenvolvimento regional tem sido abordado por vários economistas ao longo dos tempos na tentativa de elaborar teorias e modelos que expliquem a sua dinâmica de modo a solucionar os problemas das regiões menos desenvolvidas. Estas teorias conheceram grande evolução particularmente no século XX, ramificando-se por linhas de pensamento diferentes. Como referem Beaud e Dostaler (2004), se a um economista do século XIX era possível conhecer todo o pensamento económico, atualmente precisa de ser persistente para estar ao corrente dos principais debates relacionados com a área. O fim da II Guerra Mundial ditou o surgimento de uma nova ordem mundial também em termos económicos, o que se justificou pela necessidade de regresso à prosperidade que o mundo ocidental já não conhecia desde a *Belle Époque* (NUNES E VALÉRIO, 2004). Foi neste sentido que, partindo das conceções já existentes²⁵, se desenvolveram no pós-guerra alguns modelos de desenvolvimento regional que, mais como formas de pensar do que como explicações, estão na base das linhas de pensamento que hoje dominam a economia regional e orientam as opções políticas nacionais de desenvolvimento dos diferentes países e regiões.

Um dos modelos do crescimento regional mais influente é conhecido como *modelo neoclássico* e baseia-se no modelo apresentado por Robert Solow, em 1956. Este modelo, inspirado nos autores clássicos e nos trabalhos de Harrod e Domar, define o trabalho (ou mão de obra), o capital e a inovação tecnológica²⁶ como variáveis fundamentais na origem de um processo de crescimento económico da região, sendo que a sua relação, ou crescimento equivalente, permitiria

²⁴ In LOPES, António Simões Marta (2001) *Desenvolvimento Regional*, 5ª ed., Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, p. IX.

²⁵ Quer as correntes clássicas de Adam Smith, Thomas Malthus, David Ricardo e Schumpeter que estão na base do modelo Harrod-Domar, quer a corrente de base económica com origem em Keynes.

²⁶ Esta variável aparece como exógena à região e é a grande distinção em relação aos modelos Harrod-Domar.

uma via de crescimento estável e de pleno emprego devido à estabilidade dos preços (BEAUD E DOSTALER, 2004, p. 447). A este nível, a existência de uma empresa iria atrair mão-de-obra de outras regiões, ao mesmo tempo que os fluxos de capital se voltariam para as regiões menos desenvolvidas, agindo desta forma a própria dinâmica da economia no sentido de convergência no desenvolvimento intrarregional e inter-regional²⁷. Considerando que a difusão da inovação tecnológica não representaria custos, tal atuaria no sentido da convergência permitindo que as regiões menos desenvolvidas conheçam também o crescimento económico. Além disso, o progresso técnico apareceria como a principal fonte para o crescimento a longo prazo. O próprio mercado possuiria, assim, uma ação autorreguladora das assimetrias regionais (SANTOS, 2002^b, p. 190). Este modelo defende ainda a ideia de que a política de desenvolvimento deve eliminar barreiras que impeçam o funcionamento eficiente dos mercados e deve incentivar o investimento dos capitais acumulados (poupanças), de forma a estimular esse crescimento económico (LOPES, 2001; SILVA E SILVA, 2002^b). Por basear a redução das assimetrias regionais na facilidade de mobilidade de fatores, este modelo tem geralmente grande preferência entre os políticos, inspirando a sua intervenção (BAPTISTA, 2001, p. 15). Nas décadas de 1980 e 1990 surgem novos modelos que vão alargar a visão de Solow, conhecidos como *modelos de crescimento endógeno*, que tentam resolver as limitações explicativas do crescimento económico, nomeadamente no que respeita ao progresso técnico que aparece como uma variável exógena e ambígua, bem como as incoerências na aplicação prática (BAPTISTA, 2001; SILVA E SILVA, 2002^a). Estes modelos, onde foram pioneiros Paul Romer, Robert Lucas ou Sérgio Rebelo, assentam na ideia de que o crescimento *per capita* ocorreria a partir de mecanismos endógenos do sistema económico, mantendo, no entanto, a possibilidade de um equilíbrio geral. Desta forma, o progresso técnico, ou conhecimento, partiria do interior da própria dinâmica económica constituindo um recurso que, traduzido em investimento técnico ou em capital humano, iria contribuir para o crescimento económico²⁸. É esta teoria que tem fundamentado a ação interventiva de muitos Estados em matéria de desenvolvimento económico, no sentido de equilibrar a ação dos agentes privados de forma a conduzir a um ótimo social.

A ideia da convergência como ponto de partida da análise económica regional moveu críticas sobre a teoria neoclássica conduzindo a novas teorias que se podem designar como *de divergência* ou *do desenvolvimento desigual*. Neste sentido, surge em 1957 o *modelo de causalidade circular e*

²⁷ Ver Anexo II, Figs. 1 e 2.

²⁸ Ver Anexo II, Fig. 3.

cumulativa, que parte do sueco Gunnar Myrdal. Esta nova visão discorda da política do *laissez-faire* por esta causar desequilíbrios espaciais cumulativos ao permitir que um investimento se alimente, por via das economias internas e externas entretanto geradas, a partir dos recursos da periferia com repercussões negativas sobre o desempenho a nível socioeconómico. De acordo com Myrdal, a existência de uma nova indústria iria permitir desencadear uma série de efeitos positivos, como a criação de emprego, a fixação da população e a criação de novas indústrias de apoio aumentando o potencial competitivo da região. Tal permitiria a atração de fluxos de capital e a melhoria das condições de vida, o que conduziria ao aumento das receitas fiscais que podem ser canalizadas para a melhoria das infraestruturas para a comunidade e as empresas, conduzindo, por sua vez, à atração de novas indústrias²⁹. Esta expansão industrial, no entanto, iria alimentar-se à custa dos recursos da periferia, de onde atrairia mão-de-obra e capital, reduzindo a sua capacidade de crescimento. Desta forma, o seu modelo assenta na ideia do efeito polarizador que as regiões mais ricas podem exercer sobre as mais pobres, beneficiando as primeiras devido aos impactos positivos da expansão económica (*spread effects*) e aumentando as disparidades sobre as segundas devido aos impactos negativos causados pelas forças do mercado (*backwash effects*), disparidades que se tenderiam a agravar de forma cumulativa e irreversível (SANTOS, 2002^b)³⁰. A ação do Estado surge aqui como reguladora de forma a prevenir situações explosivas em termos económicos e sociais³¹. Myrdal considera ainda que um modelo económico deve considerar todos os aspetos da realidade, desde o económico ao social, ao político, ao ideológico, ao cultural e ao psicológico (BEAUD E DOSTALER, 2004, p. 388). Este modelo servirá de base a outros modelos de crescimento regional protagonizados mais tarde por Nicholas Kaldor, Robert Dixon e A. P. Thirlwall.

No mesmo sentido de contestação à convergência automática da *teoria neoclássica*, surge, na década de 1970, Milton Friedmann refletindo sobre um modelo conhecido como *modelo centro-periferia*. De acordo com a sua análise, a industrialização de uma região conduziria à concentração de investimentos em uma ou duas áreas que se desenvolvem de forma rápida e intensiva, permanecendo o restante território em estagnação ou declínio devido à imperfeita conexão com esse centro. A ação livre das forças de mercado, sem regulamentação, atuaria em sentido divergente aumentando as assimetrias entre o centro industrial e a periferia dele dependente. Desta forma,

²⁹ Ver Anexo II, Fig. 4.

³⁰ Ver Anexo II, Fig. 5.

³¹ Myrdal dá como exemplo o problema dos negros americanos, cuja discriminação agrava a inferioridade económica que, por sua vez, agrava a discriminação.

apenas através de uma “crise de transição”, traduzida numa ação política, nomeadamente de novas oportunidades económicas, ou numa revolução cultural interna, permitiria às regiões menos desenvolvidas romper com essa dependência e criar um caminho próprio de desenvolvimento (SANTOS, 2002^b, p. 199).

Um outro modelo que caracteriza o pensamento económico pós-neoclássico é conhecido como o *modelo dos polos de crescimento* e tem por base a Teoria da Unidade Económica elaborada por François Perroux, em 1955 (LOPES, 2001, p. 137). Este modelo assenta na ideia de que um polo de crescimento económico surge com o aparecimento de uma indústria motriz caracterizada pelo seu grande porte e, por isso, com grande impacto na região que apresentará uma taxa de crescimento superior à média regional. Esta grande indústria criará uma interdependência com outras indústrias da região (*linkages*), influenciando a estrutura económica desde a produção ao mercado. Desta forma, a ação dessa grande indústria vai dinamizar a economia regional pela procura de matérias-primas, pela atração de mão-de-obra e pelo escoamento da sua produção, o que estimulará a atração de outras indústrias, a atração de população e, com isto, a atração de atividades terciárias que supram as necessidades dessa população³². De acordo com este modelo, a existência de uma grande indústria não vai influenciar apenas o local onde ela se encontra implantada, mas toda uma região (*zona de desenvolvimento*), desde que disponha de canais (*nós de tráfego*) que o permitam (SILVA, 2004)³³. Esta ideia de criação de um polo de desenvolvimento pela instalação de uma indústria proposta por Perroux vai ao encontro da teoria clássica de Schumpeter. No entanto, distingue-se daquela por considerar que também as iniciativas do poder público são passíveis de criar este desenvolvimento, bem como as pequenas iniciativas de adaptação e não apenas a iniciativa privada dos grandes empresários. Para Perroux um polo de crescimento apenas poderá ser considerado como de desenvolvimento se forem verificadas mudanças sociais e mentais na população que lhe permitam “fazer crescer, cumulativamente e de forma durável, o seu produto real” (SILVA, 2004, p. 70).

Na década de 1970 surge outra abordagem protagonizada por Richardson que merece referência por integrar uma análise sobre a incidência espacial do crescimento económico e que ficou conhecida como *modelo de dispersão regional*. Este modelo explica o desenvolvimento socioeconómico através de padrões correspondentes a diferentes estádios que se processam de

³² Ver Anexo II, Fig. 6.

³³ Ver Anexo II, Fig. 7.

forma sequencial³⁴. A concentração inicial caracteriza-se pela existência de um número reduzido de polos de crescimento. A dispersão concentrada caracteriza-se pelo alargamento do crescimento económico a outras regiões por influência dos polos existentes, derivado de fatores económicos ou políticos³⁵, conduzindo à concentração espacial da população e atividades económicas num número restrito de centros urbanos dentro de cada região. A concentração descentralizada caracteriza-se pela descentralização da população e atividades económicas para a periferia, fruto do processo de crescimento, o que se verifica no interior das áreas metropolitanas ou nas cidades de grande dimensão. Desta forma, os países desenvolvidos sofrem um processo de desenvolvimento económico que se caracteriza como um “processo de dispersão concentrada descentralizada” ao nível da sua incidência espacial (GODINHO, 2002, p. 202). Em suma, a existência de uma economia de aglomeração, nomeadamente uma cidade ou um polo industrial³⁶, irá promover a inovação, aumentar a produtividade, atrair investimentos e população, o que lhes permitirá servir de plataforma para a redistribuição espacial dos agentes económicos e para a difusão da informação e progresso técnico.

Todos estes modelos têm por base uma conceção funcionalista (SANTOS, 2002^a, p. 222) assentando por isso numa ideia de integração funcional da região numa área alargada, normalmente uma nação, o que se revelou incapaz de resolver as assimetrias regionais. É neste sentido que, a partir da década de 1970, surgem novos modelos assentes numa *perspetiva territorialista*. Partindo de autores como o já citado Friedmann, mas também de Weaver, entre outros, esta perspetiva abandona os pressupostos anteriores, nomeadamente a base da visão economicista do desenvolvimento, voltada para a acumulação de capital, a prioridade sobre a mobilidade de capitais, a pouca importância atribuída aos aspetos políticos, sociais e ambientais, a preferência sobre investimentos de infraestruturas pesadas que não têm em conta o mercado de trabalho local, os sistemas de grande escala e altamente consumidores de energia, a utilização de estratégias externas à economia regional e a aposta em políticas centralizadas. O espaço torna-se agora uma variável estratégica do desenvolvimento que assenta nos recursos endógenos para o crescimento económico regional. Já não é a atração de novos projetos que se revela fundamental para o desenvolvimento da região, mas sim, a sua capacidade de gerar condições para transformar as suas estruturas produtivas

³⁴ Ver Anexo II, Fig. 8.

³⁵ São aqui exemplos as políticas de coesão da União Europeia.

³⁶ Ideia que vem ao encontro do conceito de *cluster*, no sentido de agrupar numa mesma área várias empresas de um sector.

de forma a garantir a satisfação das necessidades da população. Neste sentido, só a mobilização dos recursos das diferentes regiões permitirá a satisfação integral das necessidades da população, conduzindo assim ao desenvolvimento efetivo. Assumem particular importância as PME's, como fator de produção endógena e de inovação, e o poder local ou regional, como garante da não polarização do desenvolvimento (SANTOS, 2002^a).

Todas estas visões do desenvolvimento, apesar de criticáveis e de tentarem explicar as diferentes realidades económicas regionais através de um modelo comum, constituem ainda hoje inspiração para as novas conceções que vão surgindo e servem de base à aplicação de políticas económicas. A evolução do pensamento económico permitiu reconhecer a imprevisibilidade da economia perspectivada pelos modelos clássicos, bem como as alternativas à economia centrada na grande empresa, colocando a ciência económica mais próxima da realidade. A evolução da sociedade, no entanto, revelou como estes modelos são ainda insuficientes para potenciar um desenvolvimento regional constante e convergente. A dificuldade em caracterizar estes modelos conduz também a diferentes visões de abordagem, havendo quem os distinga entre convergentes e divergentes (LOPES, 2001; BATISTA, 2001), entre aglomerados e territorialistas (BATISTA, 2001), entre neoclássicos e alternativos (LOPES, 2001). Elo comum que se revela importante para o presente estudo é o facto de todos requererem um fator que potencie o desenvolvimento da região, seja com base numa grande indústria, seja apostando em pequenas iniciativas empresariais integradas, seja ainda por ação do setor público.

b. Crescimento *versus* desenvolvimento

A ideia de desenvolvimento, sobretudo no âmbito do desenvolvimento económico, surge com frequência resumida aos indicadores de aumento de capital e de aumento dos fluxos económicos e financeiros que caracterizam o crescimento económico. Esta situação verifica-se em alguns dos próprios modelos de desenvolvimento regional analisados, onde a diferença entre crescimento e desenvolvimento é ambígua ou, mesmo, inexistente. No entanto, a diferença entre estes dois conceitos é importante para se compreender a realidade económica de uma região e tornar possível definir estratégias que vão ao encontro das necessidades da população.

O crescimento económico verifica-se quando há um aumento continuado do produto e é, por norma, avaliado a partir da evolução do PNB³⁷ (LOPES, 2001, p. 142). Tal significa que há crescimento a partir do momento em que aumenta o consumo de bens e serviços, aumentando os movimentos de capital, os lucros das empresas e os impostos pagos ao Estado. O crescimento revela-se, por isso, fundamental para a existência de um desenvolvimento efetivo, servindo de ponto de partida para financiar as reformas necessárias à melhoria da qualidade de vida da população. No entanto, não significa por si só desenvolvimento. O crescimento pode conhecer um aumento com os congestionamentos de tráfego, levando ao aumento do consumo de combustíveis, com a privatização dos espaços públicos (parques naturais, bens culturais, etc.) ou com a troca de despesas com a saúde por investimentos em capacidade militar, mas nenhum destes casos conduz a um aumento da qualidade de vida da população, que vê o seu tempo livre perdido em horas de congestionamento e que se vê impedida de fruir dos bens de lazer ou privada de cuidados de saúde que correspondem às suas necessidades³⁸.

Para se verificar um desenvolvimento económico deve, por isso, além do crescimento, verificar-se também um aumento da qualidade de vida da população, significando isso um crescimento simultâneo das condições sociais e humanas das comunidades. Desta forma, não se baseia apenas na riqueza financeira do Estado ou das empresas, mas também na riqueza social e na produção cultural, estendendo-se à avaliação média individual dos seus habitantes. Foi neste sentido que a ONU estabeleceu, além dos indicadores de crescimento económico, indicadores do

³⁷ O Produto Nacional Bruto é o cálculo monetário que inclui todos os bens e serviços produzidos pelo país, interna e externamente.

³⁸ São exemplos, neste campo, países como a Coreia do Norte, cujo investimento em armas militares é enorme (cerca de 15% do PIB), contrariamente ao investimento em saúde (cerca de 3% do PIB), conduzindo a graves carências no âmbito do bem-estar da população e da esperança média de vida.

desenvolvimento humano e tecnológico ou o indicador de bem-estar económico sustentável (TELFER, 2002, p. 37) para avaliação do desenvolvimento económico de um país ou região. Adota-se desta forma indicadores como a esperança de vida à nascença, as taxas de alfabetização e de escolaridade, o poder de compra dos indivíduos, o número de computadores com acesso à Internet ou o número de investigadores em inovação e desenvolvimento (LOPES, 2001). Pode aqui ser referido o exemplo do Kuwait que possui um dos mais elevados PNB *per capita*, ocupando a 3ª posição mundial (OBSERVATÓRIO DAS DESIGUALDADES), mas que no ranking de desenvolvimento humano da ONU ocupa apenas a 31ª posição (PNUD).³⁹

A distinção entre os dois conceitos vem já definida desde a década de 1970, estabelecendo o crescimento como material, quantitativo, enquanto o desenvolvimento aparece como ideologia, utopia e prática social (MURTEIRA, 1990, p. 69), como o alcance de fins “que transcendem o económico, que servem a justiça ou a independência, ou a cultura, ou mais sinteticamente a qualidade de vida, a felicidade” (LOPES, 2001, p. 142). O crescimento surge como a visão de desenvolvimento nascida no seio das sociedades industriais que se desenvolvem como sociedades de consumo, um consumo descontrolado de recursos e que se revela insustentável pelo facto de não ter em consideração as necessidades de renovação dos recursos naturais ou de sobrevivência das gerações futuras. O fim da Segunda Guerra Mundial ditou o surgimento de uma nova sociedade onde as necessidades de crescimento económico se acentuaram, quer no sentido de recuperar o poder económico do passado por parte das grandes potências europeias, quer de afirmação das novas potências nesta nova organização mundial. A necessidade de criação de riqueza conduziu a novas necessidades de consumo entre a população, orientada pela própria oferta no sentido de aumentar a produção de bens e serviços e, desta forma, o lucro. Tudo se orienta para a criação de um permanente estado de carência dos indivíduos pela constante necessidade de consumo, afastando-os do ideal de bem-estar. Mas esta necessidade constante de aumento de produção esquece também as outras necessidades dos indivíduos, bem como as questões ambientais e de sustentabilidade, orientando-se apenas para a exploração de recursos humanos e naturais, sem considerar as suas limitações. A reflexão orienta-se, então, para a diferenciação entre crescimento e desenvolvimento, sendo que este último se vem a revelar muito mais abrangente pelo pressuposto de harmonia e continuidade que lhe está associado (LOPES, 2001). Quando se fala em desenvolvimento económico de uma sociedade ou região, espera-se uma limitação do crescimento económico tendo em conta a sustentabilidade dos recursos que utiliza, mas também que esse

³⁹ Dados de 2007.

crescimento seja traduzido no suprimento das necessidades reais do ser humano, ao nível do emprego, da redução das disparidades económicas e do aumento uniforme do poder de compra, e ainda das carências sociais, do acesso igualitário a bens e serviços, à justiça, aos cuidados de saúde, à educação e ao conhecimento. Schumpeter, que a par de Marx foi um dos precursores de uma socioeconomia caraterizadora da noção atual de desenvolvimento, sintetizou esta ideia ao interpretar a dinâmica do capitalismo como um “processo de destruição criadora” (MURTEIRA, 1990, p. 71) e intimamente ligada ao crescimento económico, como um processo de inovação tecnológica, mas também económica e social⁴⁰. Assim, a vertente social e humana não pode estar ausente de um ideal de desenvolvimento. Também a vertente ecológica é aqui importante, como forma de garantir a continuidade do desenvolvimento para as gerações futuras, ou se preferirmos, a sua sustentabilidade. Ao ideal de desenvolvimento está ainda associada à ideia de padrão, por se considerar que um país ou região considerado desenvolvido servirá de exemplo para outra região subdesenvolvida em termos de meios (instrumentos e estratégias) e fins a atingir (estrutura económica e social) que se refletem em formas de pensamento e de interpretação do real (MURTEIRA, 1990).

O conceito de crescimento económico recebeu também outras designações, como “mudança estrutural, industrialização autónoma, capitalismo ou socialismo, auto atualização, e autoconfiança individual, nacional, regional e cultural” (TELFER, 2002, p. 36). Foi, contudo, apenas na sociedade pós-moderna que os fatores ambientais, sociais e culturais foram incorporados no conceito de desenvolvimento, num primeiro momento vistos enquanto facilitadores de crescimento, depois como suas partes integrantes no sentido da realização humana. Todaro (1994) foi ainda mais longe ao delinear três valores fundamentais do desenvolvimento: a sustentabilidade, a autoestima e a liberdade, assentes nos três objetivos de como a satisfação das necessidades básicas humanas, de elevação dos padrões de vida e de alargamento do alcance das escolhas económicas e sociais. A definição de desenvolvimento não é, no entanto, uma questão pacífica e há mesmo quem, como Hettne (1995), defenda a não existência de uma definição final, antes, sim, sugestões do que pode o desenvolvimento significar em determinados contextos. Não deixa, contudo, de reconhecer que o desenvolvimento envolve transformações estruturais com alterações ao nível cultural, social, político e económico.

⁴⁰ Associadas à dinâmica do capitalismo estão, por exemplo, as transformações na estrutura dos mercados, nas formas de organização da produção, etc.

c. A ideia de desenvolvimento sustentável

A sociedade pós-moderna ficou marcada por uma abrangente reflexão sobre a sua organização e ideais. À tomada de consciência dos problemas sociais provocados pela importância conferida ao mundo material juntam-se as preocupações com o impacto cada vez maior da ação do ser humano sobre o meio ambiente, conferindo uma importância cada vez maior aos estudos ecológicos. A tomada de consciência do poder de destruição que era possível exercer sobre o sistema ecológico surge com a Segunda Grande Guerra e adensa-se nas décadas de 1950 a 1970 sob protagonismo dos efeitos provocados pelas contaminações químicas e alguns acidentes ambientais de grande escala (DAVIS, 1999, p.7). Adensa-se o debate sobre a problemática em torno da deterioração ambiental irreversível provocada pelo consumo desregulado de recursos naturais e pela poluição exercida pelo meio industrial. As suas consequências são, não apenas as alterações climáticas e a destruição de habitats naturais, mas também de perda irreversível dos recursos essenciais à sobrevivência humana. Perante a insustentabilidade dos modelos de desenvolvimento tradicionais, ganha cada vez mais importância a ideia de sustentabilidade do desenvolvimento, no sentido de ser possível assegurar as condições de bem-estar e satisfação da sociedade, sem para tal colocar em causa a manutenção dessas condições para as gerações futuras.

Nasce, assim, a ideia de desenvolvimento sustentável, que caracteriza o ideal de desenvolvimento genericamente aceite na atualidade⁴¹. Este ideal integra três aspetos fundamentais: o ecológico, o económico e o sociocultural, reunidos sob uma estratégia comum e indissociável e marcando uma ação claramente transdisciplinar (REIGADO, 2000, p. 174). A evolução deste conceito não está desligada do aumento da reflexão e investigação ambiental e dos movimentos de ecologia que, principalmente nas décadas de 1970 e 1980, conheceram particular desenvolvimento, alertando para os riscos inerentes à exploração intensiva dos recursos naturais. Foi esta atividade em torno do ambiente que conduziu à criação pela ONU da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, organismo responsável pela investigação sobre as questões ambientais, pela elaboração de propostas de proteção e pela promoção de consensos internacionais sobre o assunto, vindo ainda a promover uma atividade importante na reflexão sobre o conceito de

⁴¹ Tal não significa, no entanto, que seja por norma aplicado, sendo frequente ainda o domínio das necessidades de crescimento económico face às necessidades ambientais, sociais ou culturais. De qualquer forma, ele é genericamente aceite porque há já a consciência de que, a médio prazo, o crescimento desorganizado pode provocar também consequências económicas.

desenvolvimento⁴². Repare-se que a criação deste organismo teve já o objetivo de aproximar as estratégias de desenvolvimento das questões ambientais (TELFER, 2002, p. 37), criando uma sinergia internacional que ia ao encontro das necessidades de renovação dos recursos naturais e de preservação ambiental. É precisamente deste organismo que, em 1987, surge o Relatório Brundtland – “Our Common Future” – o primeiro documento a propor uma definição de desenvolvimento sustentável enquanto o “desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em suprirem as suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL..., 1987). Outro passo importante foi o Relatório Mundial sobre o Desenvolvimento Humano, lançado, em 1990, pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento e complementado pelo lançamento da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, pela UNESCO, em 2001. Estes documentos vêm acrescentar uma vertente sociocultural ao conceito de desenvolvimento sustentável. O primeiro dá um contributo para a definição considerando como finalidade última o desenvolvimento da pessoa humana em todas as suas dimensões, definindo os critérios de avaliação do desenvolvimento humano, nomeadamente ao nível da longevidade, da educação e do nível de vida⁴³ (MURTEIRA, 1990). O segundo incorpora a importância da diversidade cultural no seio do desenvolvimento, que se constitui como o meio de o indivíduo atingir um elevado nível intelectual, emocional, moral e espiritual (UNESCO). O crescimento económico vê-se, desta forma, regado, no sentido a ir ao encontro das necessidades do presente e do futuro, mantendo, no entanto, um papel importante no seio do desenvolvimento, mas agora como parte integrante de todo um processo que tem como fim último a qualidade de vida. Desta forma, o conceito de desenvolvimento sustentado, que está na base do que é atualmente considerado como desenvolvimento económico, inclui também a noção de “desenvolvimento integrado”, uma vez que incorpora o desenvolvimento equitativo dos vetores económico, social, ambiental e cultural.

A definição de desenvolvimento sustentável está, no entanto, longe de conseguir o consenso e a ausência de crítica. Em primeiro lugar, há quem critique esta visão de desenvolvimento por considerar que impede o crescimento económico, por obrigar a uma ação exagerada do Estado na atividade económica ou a um condicionamento exacerbado pelas questões ambientais. Por outro lado, há quem considere o conceito abstrato e muito indefinido em relação aos limites a impor,

⁴² Destaques para a Conferência do Rio, a Agenda 21 e as Conferências Rio +10 e Aalborg +10, de onde saíram compromissos internacionais de relevo sobre a matéria, com destaque para a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima e o Protocolo de Quioto, ambos ratificados por vários Estados da ONU.

⁴³ Estes critérios são avaliados pela esperança de vida à nascença, a taxa de alfabetização e o PIB *per capita*.

permitindo que os critérios de sustentabilidade possam ser definidos de acordo com os interesses locais (REIGADO, 2000; TELFER, 2002). A este nível são geralmente identificadas duas vertentes de acordo com o grau de sustentabilidade; a *sustentabilidade forte*, cuja visão é mais conservacionista e reguladora da atividade económica, e a *sustentabilidade fraca*, cuja visão é menos interventiva no sector económico, apostando apenas na gestão racional dos recursos naturais. Apesar de todas as questões que ainda se levantam e da dificuldade de aplicação uniforme desta visão de desenvolvimento, o ideal de desenvolvimento sustentável veio trazer um importante contributo para o futuro do planeta e da humanidade, refletindo sobre as questões essenciais do ser humano e do meio em que este vive, orientando a atividade económica para as necessidades reais da sociedade presente e das gerações futuras, garantindo uma evolução sustentável da sociedade em termos económicos, mas também em termos ambientais, sociais, humanos, institucionais, éticos, tecnológicos e culturais.

d. A dinâmica da economia regional

A evolução da sociedade conduziu a uma maior complexidade organizativa e estrutural, conferindo às regiões uma dinâmica própria que já não pode ser vista apenas como inserida num sistema mais abrangente. De facto, se no meio económico tradicional as regiões eram vistas como subsistemas, é comum que hoje sejam abordadas como sistemas próprios, o que permite compreender os seus problemas e encetar estratégias orientadas com vista à sua solução numa perspectiva interdisciplinar⁴⁴ (LOPES, 2001; MELO, 2002). A região é, assim, vista como uma realidade independente e analisada pelas relações que estabelece no seu interior e com outras regiões.

Para caracterização da região podem ser definidas duas dimensões distintas, as zonas rurais e as zonas urbanas. Esta caracterização vai ao encontro da ideia da dupla cidade-campo ou do binómio centro-periferia, ambas remetendo para a existência de desequilíbrios e diferenças de desenvolvimento entre estas duas realidades (LOPES, 2001, p. 97). Há a constatação de que um centro socioeconómico pode ser designado como “dominante” e influenciar toda a periferia envolvente, a zona “dominada”. É assim no interior da região e na relação entre várias regiões. A este nível e de uma forma simplista, podemos dar o exemplo de uma aldeia em relação ao conjunto de lugares envolventes; de uma sede de concelho em relação às suas freguesias; ou da capital de distrito em relação aos concelhos⁴⁵. O “centro dominante” pode ser identificado com o centro decisor económico, onde se concentra de forma preferencial o capital fixo e que, por norma, coincide com o centro industrial e político. A “periferia dominada” funciona como fornecedora de matérias-primas e como mercado escoador do centro industrial. Mesmo quando produtora funciona como dependente do seu centro de influência. Desta forma, a dinâmica económica regional e a organização espacial das regiões desenvolveram-se assentes em polos ou centros “dominantes” que exercem a sua influência sobre uma determinada periferia o que se repercute em evidentes desequilíbrios no desenvolvimento (LOPES, 2001, p. 98)⁴⁶. Estas relações vão mudando à medida que se altera a escala de análise, passando os centros “dominantes” a “dominados” quando inseridos

⁴⁴ A economia, tradicionalmente voltada para a grande escala, encontra aqui dificuldade em aplicar alguns dos seus métodos de análise, revelando a necessidade de apoio por outras ciências.

⁴⁵ Em Portugal, aliás, é bem visível esta interdependência.

⁴⁶ Esta leitura recorda os modelos apresentados no início do presente capítulo, particularmente nos modelos de Friedmann e de Perroux, e cujas assimetrias tentam ser resolvidas pela perspectiva territorialista.

numa escala maior⁴⁷. Evidentemente que uma família que viva num centro “dominante” encontra maior oferta de produtos e serviços, melhores infraestruturas comunicacionais e, com isto, melhor qualidade de vida do que um habitante de uma zona periférica, variando esse nível de acordo com a proximidade do centro e com a dimensão da região em análise⁴⁸.

Outro aspeto importante na evolução recente da dinâmica económica regional está relacionado com a especialização. Nenhuma região é autossuficiente em recursos naturais, humanos e técnicos, pelo que necessita de importar bens e serviços necessários ao bem-estar dos seus habitantes. Perante o crescimento das relações comerciais e da concorrência no setor económico, as regiões procuraram o caminho da especialização para garantirem um nível exportador ou de atração de capital que responda às suas necessidades de importação (LOPES, 2001, p. 104). É neste sentido que nas últimas décadas se tem verificado a utilização de certos setores chave por parte das regiões como base da sua promoção, muitas vezes com origem nos próprios decisores políticos e económicos regionais. A este nível, podemos dar como exemplo um caso característico em Portugal como é o das feiras e festivais regionais e da elevação de uma região a “capital” de um produto que a distinga das demais, no sentido de o potenciar economicamente. É desta forma que temos hoje certames como o Festival Internacional do Chocolate em Óbidos e a Feira do Alvarinho em Monção ou a Capital do Móvel em Paços de Ferreira e a Capital do Fumeiro em Vinhais⁴⁹.

A dinâmica económica regional não pode, contudo, ser reduzida a uma realidade padrão, pelo facto de que não existe apenas um mundo real, mas tantos quantas as formas de abordagem e de interpretação (LOPES, 2001, p. 346). Deve também ser interpretada tendo em consideração diversos aspetos que não estão normalmente no horizonte da ciência económica, como os aspetos sociais, culturais, políticos ou ambientais. Deve ainda considerar as diferentes relações e influências de outras regiões, tendo em conta diferentes escalas de análise⁵⁰ (MELO, 2002). Neste sentido – e isso é evidente na perspetiva territorialista e na ideia de desenvolvimento sustentável já abordadas –

⁴⁷ A título de exemplo, uma sede de um pequeno concelho pode ser considerada dominante a nível concelhio, mas a nível distrital ou nacional tenderá a incluir-se entre as regiões periféricas dominadas.

⁴⁸ Se comparados a um nível mais reduzido, a diferença será também reduzida, mas tenderá a acentuar-se quando analisada a um nível mais alargado, por exemplo nacional. Portugal é um exemplo também para esta análise, verificando-se invariavelmente essa diferença nos diferentes níveis administrativos.

⁴⁹ O que conduz inclusive, por questões de opção política, a situações de várias “capitais” para um mesmo produto, como é o caso da cereja, reclamada por Resende e pelo Fundão.

⁵⁰ Por exemplo distrital, nacional ou internacional.

há uma tendência que se orienta para a preferência pelos pequenos e médios centros que, através da potenciação de recursos próprios, conseguem um desenvolvimento gradual e sustentado de toda a região e, desta forma, a melhoria da qualidade de vida da população. Tal estará certamente relacionado com o facto da aplicação de medidas de âmbito territorial mais alargado se ter revelado insuficiente e não ter resolvido o problema das assimetrias. A responsabilidade está, por isso, a cargo da pequena região que deve escolher um caminho próprio que lhe permita alcançar o desenvolvimento e encontrar o seu caminho de futuro tendo em conta a sua própria realidade.

3. O contributo económico dos museus no desenvolvimento da região

O museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite.

International Council Of Museums⁵¹

a. A Nova Museologia e a ideia de desenvolvimento

Os novos horizontes que hoje fazem parte do mundo dos museus, proporcionados pela visão que se desenvolve com a Nova Museologia, marcaram a sua evolução na reta final do século XX, num processo que continua ainda a verificar-se no novo milénio. O museu deixou de ser um espaço fechado, voltando-se para o público, abrindo-se à comunidade, alargando a sua atividade cultural, renovando a sua ação na sociedade e adotando os modelos da gestão institucional moderna. O museu deixou de ser um “mausoléu de relíquias” para se transformar numa instituição dinâmica e interventiva, atrativa ao público e financeiramente viável, revelando capacidade para se apresentar como uma das mais importantes instituições na sociedade e no seio da sua comunidade. Mas a Nova Museologia trouxe também uma nova perspetiva sobre o papel da instituição museológica na sociedade. O papel do museu não se restringe apenas aos contributos no âmbito sociocultural, o museu é uma instituição que integra fluxos económicos de bens e serviços culturais (REIS, 2010, p. 116), tendo um impacto na economia que pode revelar-se importante para o desenvolvimento de uma região ou comunidade, de acordo com o ideal de desenvolvimento económico aceite pela sociedade do século XXI⁵². A sua atividade gera impactos diretos e indiretos, a que a economia regional não pode ficar alheia. O museu surge, assim, como um fator de desenvolvimento integrado, permitindo o desenvolvimento cultural, económico e social de uma região e, neste sentido, a melhoria das condições de bem-estar da população. Desta forma, o museu pode contribuir para que a comunidade da região conheça uma melhoria da qualidade de vida e assuma uma forma continuada de desenvolvimento que permita a sua sustentabilidade a longo prazo.

⁵¹ In Página do ICOM. Disponível em <http://icom.museum/> [Consult. 2 de Maio 2012].

⁵² Recorde-se que o ideal de desenvolvimento económico genericamente aceite na atualidade vai ao encontro da ideia de desenvolvimento sustentado, abordado no ponto anterior.

A ideia de desenvolvimento associada aos museus começa por se desenvolver no seio dos ecomuseus e dos museus de sociedade, museus que devido à sua ação na promoção das potencialidades turísticas do património natural e cultural, têm desde a sua origem dedicado particular atenção aos fatores económicos que lhes estão associados, como forma de promover o desenvolvimento da sua região. António Nabais (1993, p. 46) resume esta ideia ao afirmar que “através dos recursos naturais, da realidade histórica e cultural, é possível descobrir e aproveitar os elementos geradores de riqueza e de qualidade de vida das suas gentes”. Há aqui, portanto, um encontro com o ideal do desenvolvimento sustentável, a que não é indiferente a contemporaneidade da reflexão em torno de ambos. Ao longo das últimas décadas, este ideal tem constituído parte importante da filosofia em que assentam as novas práticas de museologia, integrando hoje o próprio conceito de museu e das suas diferentes tipologias. O ICOM adotou, em 1989, uma definição de museu que coloca esta instituição “ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento”⁵³ (ICOM), definição que vem a influenciar a legislação adotada pelos diferentes países pertencentes à ONU em termos de política museológica. Esta influência verifica-se também na Lei-Quadro dos Museus Portugueses (LEI Nº 47/2004) que atribui ao museu a responsabilidade da “promoção da pessoa e o desenvolvimento da Sociedade”⁵⁴. A ideia de utilização dos recursos naturais e culturais de uma região como potenciadora de riqueza aproxima-se também da já abordada *perspetiva territorialista*, no sentido da região ser capaz de criar riqueza por meio dos seus recursos endógenos, neste caso, pela valorização do seu património.

A visão económica sobre os museus rapidamente é adotada por muitos profissionais com resultados que apenas vêm confirmar a sua aplicação prática. A Áustria é um dos países que pode ser aqui realçado. Um artigo, de 1992, referente a esta realidade revela que eram já nessa altura as próprias comunidades que procuravam a criação de um museu local, não apenas por questões de identidade e preservação do património, mas, sobretudo, pela valorização económica desse património através da promoção turística, o que é explícito na percentagem que os turistas representam (85%) entre o público dos museus em relação aos habitantes locais (MENDES, 1999, p.225). Outro exemplo é o Museu Guggenheim de Bilbao, que permitiu revitalizar a zona portuária da cidade. Esta zona, que havia sido profundamente afetada pela crise que conduziu ao encerramento

⁵³ Definição como consta no Artigo 2º dos Estatutos do ICOM, adotados na sua 16ª Assembleia Geral que se realizou em Haia, a 5 de Setembro de 1989. Esta definição foi revista em 1995, 2001 e 2007, integrando sempre a vertente do desenvolvimento.

⁵⁴ Artigo 3º, 1-b) “Facultar o acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade”.

de várias fábricas, conheceu com o museu um novo dinamismo ao apresentar-se como um polo de atração de turistas e, desta forma, de novos investimentos (REIS, 2010). O caso dos museus da Fundação Solomon R. Guggenheim é, aliás, carismático, uma vez que a instalação de qualquer um dos seus cinco museus representou para a respetiva região um enorme impacto em termos de atração turística. Em Bilbao, em 2005, o museu registou quase um milhão de visitantes que terão representado para a região cerca de 139 milhões de euros só em impactos indiretos (EUROPEAN COMMISSION, 2006, p. 157). Nos dois casos abordados, os museus apresentam, além do impacto sociocultural, um impacto económico positivo e importante no desenvolvimento da sua região.

O exemplo do Museu Guggenheim permite ainda estabelecer paralelo com as teorias funcionalistas de desenvolvimento já abordadas. Um grande museu pode também estabelecer-se como o centro de produção de riqueza que dinamiza a economia regional e influencia os restantes setores de produção, ocupando o lugar da grande empresa, ou o conjunto de empresas, que geralmente representa esse centro nestes modelos. Um museu que atrai um grande número de visitantes despoleta todo um conjunto de serviços que beneficiarão da sua ação e que se poderão estabelecer na região⁵⁵. O número de visitantes que as exposições mais emblemáticas receberam em 2005 permite ainda referir o MOMA de Nova Iorque (cerca de 460 mil visitantes), o Musée National d'Art Moderne de Tóquio (cerca de 518 mil visitantes) ou o Tate Britain de Londres (cerca de 382 mil visitantes) como exemplos de grande impacto económico para uma região. A vantagem de ser um museu a assumir esse motor dinâmico da economia está na forma como ele próprio se preocupará com a atenuação das assimetrias. À luz da Nova Museologia, um museu promoverá pela sua ação um desenvolvimento integrado e sustentável através da relação próxima que estabelece com a sua própria comunidade e com o meio onde se insere. Esse conhecimento permitirá ao museu procurar as melhores estratégias a aplicar, que poderão passar pelo polinucleamento, pela inclusão na sua agenda de locais exteriores às suas instalações ou pela promoção de roteiros pela região, tendo em consideração a sua realidade específica, geográfica e sociocultural⁵⁶.

O valor económico do património e da atividade dos museus mereceu durante muito tempo pouca atenção por parte da sociedade, muitas vezes, por culpa da própria instituição museológica que se queria demarcar das questões económicas à luz de uma visão conservadora, negligenciando dessa forma esta outra vertente que é também sua parte integrante. Mas souberam ser elas próprias

⁵⁵ Este assunto será desenvolvido no ponto c) do presente capítulo.

⁵⁶ Exemplos de sucesso na aplicação deste tipo de estratégias serão referidos no capítulo 5.

a colocar a questão na ordem do dia, mostrando como podem representar, não um custo, mas sim um benefício, um verdadeiro agente dinamizador da economia local (JÚNIOR E COLNAGO, 2010). A forma como tal se processa não é muito diferente da das outras instituições, mas o museu pode assumir uma componente económica ativa e não apenas uma intervenção passiva comum, ao sabor da atividade de outros agentes que consigo interagem.

b. A ação direta do museu na economia

A dinâmica económica de uma região baseia-se, como já foi abordado, em fluxos internos e externos com outras regiões, assentes na produção e transação (importação e exportação) de bens e serviços que vão ao encontro das necessidades básicas e de bem-estar da população. Não são apenas as empresas produtoras de bens materiais que contribuem para essa dinâmica económica, mas também as instituições, públicas e privadas, que fornecem serviços nas diferentes áreas, desde a saúde e a solidariedade ao setor bancário e ao comércio, passando pela educação e a cultura. O museu apresenta-se também como uma instituição aberta ao público, sendo como tal uma instituição prestadora de serviços com uma vertente económica ativa, quer em recursos humanos, quer em recursos financeiros e, portanto, geradora de fluxo económico (JUNIOR E COLNAGO, 2010; REIS, 2010)⁵⁷.

O museu é, antes de mais, uma instituição empregadora, criando no cumprimento das suas funções postos de trabalho diretos que, nalguns casos, chegam às centenas. Como instituição “aberta ao público” (LEI Nº 47/2004), o museu precisa de funcionários que assegurem o acolhimento e apoio dos visitantes, o que por vezes se limita à receção, mas que em muitos casos passa também pela disponibilização de guias e vigilantes. Muitos museus possuem ainda outras valências acessíveis ao público que necessitam igualmente de recursos humanos para assegurarem o seu funcionamento, como o bar e o restaurante, a loja ou a biblioteca, o auditório ou o teatro. Estes espaços requerem, nalguns casos, funcionários especializados. Há ainda o pessoal de limpeza e segurança que, não raras vezes, faz parte do quadro de pessoal do próprio museu. Por vezes, possui também profissionais para funções específicas, como jardineiros para manutenção do parque. Como instituição que “adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais e imateriais do homem” (ICOM), o museu precisa de técnicos especializados para desenvolver todo esse trabalho científico e técnico em volta da sua coleção. Como tal, este leque de recursos humanos pode incluir desde os especialistas científicos, que podem ser vários de acordo com a variedade das coleções possuídas, aos técnicos de museografia. A existência de laboratórios de conservação e restauro, que com frequência fornecem serviços a outras instituições, obriga também à contratação deste tipo de profissionais. Mas a atividade do museu tem ainda em vista a “educação”, obrigando à existência de uma equipa que enquadre os serviços educativos, geralmente profissionais ligados à educação. Por fim, toda esta

⁵⁷ Há quem inclua nos impactos diretos os gastos efetuados pelos visitantes, por exemplo, na deslocação e alimentação (Ver, por exemplo, JOHNSON E THOMAS, 1991). Para o presente estudo, no entanto, serão considerados como impactos indiretos.

estrutura tem uma orgânica que apoia a direção, tratando de questões como o marketing, a contabilidade ou o secretariado, obrigando ao alargamento do quadro de pessoal também a estes profissionais.

Visto desta perspectiva, o museu pode realmente possuir um quadro de pessoal extenso, o que por vezes leva a que seja uma instituição empregadora importante na sua região de implantação.⁵⁸ No caso dos museus de âmbito local, os próprios funcionários são membros da comunidade que lhe está na base, outras vezes é necessário trazer profissionais do exterior, exercendo aqui o museu um papel importante na fixação da população e no desenvolvimento da comunidade. Os museus acolhem também com frequência a realização de estágios, permitindo a alguns profissionais adquirir experiência profissional e são com frequência agentes ativos na formação profissional de funcionários. Há ainda o recurso frequente a trabalho temporário para suprir necessidades sazonais. De acordo com o Conselho de Museus, Bibliotecas e Arquivos britânico, calcula-se que os museus do Reino Unido sejam responsáveis, de forma direta ou indireta, por um valor entre cerca de 24 mil e 32 mil postos de trabalho. No caso específico do Tate Modern, cerca de 30% dos seus funcionários são da região (REIS, 2010).

Mas a ação direta do museu na economia de uma região vai para além da sua função empregadora. O museu é também um consumidor de bens e serviços, consumo que pode ser representativo na dinâmica económica regional e contribuir de forma importante para o crescimento da economia (SEAMAN, 2003, p. 224). Antes de mais, o museu é, em muitos casos, um contribuinte fiscal e, como tal, potencia o pagamento de impostos ao Estado e às regiões, de forma direta e indireta (REIS, 2010, p. 118)⁵⁹. Como instituição ativa que é, o museu necessita de adquirir bens constantemente, desde a energia elétrica e água potável aos materiais de apoio aos visitantes, ao serviço administrativo, à conservação e restauro das coleções ou para divulgação da sua atividade. Se o museu possui outras valências, como bar, restaurante e loja, então essa aquisição é ainda mais importante pela necessidade frequente de reposição dos *stocks*. Há ainda a considerar os produtos que são adquiridos de forma sazonal, mas que implicam investimentos maiores. É o caso de

⁵⁸ Embora a existência de funcionários implique o gasto de recursos financeiros, estes podem ser vistos como investimento em todos os benefícios económicos e socioculturais originados pela ação do museu.

⁵⁹ Excetuam-se aqui os museus que integram uma estrutura orgânica de outra instituição, não tendo personalidade jurídica própria. Esta situação é frequente, por exemplo, nos museus geridos pelas autarquias. Dependendo do enquadramento jurídico de cada país, o museu pode também ser considerado instituição de utilidade pública, o que o isenta deste encargo.

materiais necessários à montagem de novas exposições ou à dinamização de atividades sazonais⁶⁰, os materiais de *merchandising* e também de renovação de equipamentos e das instalações⁶¹. Também na utilização de serviços o museu tem cada vez mais um peso importante, mesmo para os trabalhos que requerem uma necessidade permanente. Casos cada vez mais frequentes são os serviços de segurança, de limpeza e de manutenção⁶². O museu recorre também a serviços cuja necessidade é sazonal mas que são importantes para a sua atividade, como acontece no caso de serviços de animação, que obrigam a recorrer a empresas de entretenimento e animação de rua ou de contratação de artistas para espetáculos de música, dança ou teatro⁶³. Neste campo ganham cada vez mais importância os serviços de publicidade, como a publicitação nos meios de comunicação social ou o recurso a distribuidores de propaganda ou ao aluguer de espaços publicitários. É também o caso do recurso a especialistas externos no estudo e conservação das coleções, que são chamados apenas para participação num determinado projeto⁶⁴. É ainda o caso da contratação de empresas para intervenções de manutenção, montagem de estruturas e equipamentos de apoio ao funcionamento ou renovação das instalações.

Portanto, há todo um leque de serviços de que o museu necessita para a sua atividade e para conseguir os objetivos socioculturais que estão no seu horizonte, serviços que têm de ser adquiridos e que obrigam à circulação de capital. Estes bens e serviços podem ser adquiridos localmente ou no meio regional, o que é frequente mesmo por uma questão de isso acarretar custos menos onerosos. Mas esta aquisição de bens e serviços no mercado local é também muitas vezes motivada por uma postura de procura de qualidade e de apoio ao setor empresarial da região, o que se vem verificando, não apenas nos museus de região, mas também nos museus de âmbito extrarregional. O museu é ainda vendedor de bens e serviços, através dos ingressos, da loja, da cafetaria ou do aluguer

⁶⁰ Neste campo há muitas vezes o recurso a madeiras e material de papelaria que geralmente se encontram no mercado local.

⁶¹ Por exemplo, equipamentos informáticos, de ar condicionado ou desumidificação e mesmo mobiliário.

⁶² Aqui destacam-se os serviços de jardinagem, quando existem parques e jardins nos espaços dos museus, mas também os serviços de informática e eletrónica.

⁶³ Tem crescido o número de atividades de rua organizadas pelos museus, sob a forma de feiras ou festivais temáticos, que obrigam à contratação de empresas especializadas na animação de rua e que proporcionam experiências de lazer e ao mesmo tempo de contacto com o museu e a sua coleção. Podemos aqui referir como exemplos o *Festival Islâmico*, de Mértola, a *Sexta-feira 13*, de Montalegre ou o festival *Serralves em Festa*, no Porto, abordados no capítulo 5.

⁶⁴ Aqui podemos incluir uma escavação arqueológica, o inventário de uma coleção, o restauro de uma peça, etc.

de espaços e serviços (de caráter técnico e científico como conservação e restauro ou avaliação de obras de arte, entre outros), o que influencia também a dinâmica econômica ao permitir a entrada de capital na sua região (REIS, 2010). O orçamento do museu representa, por isso, um fluxo econômico importante na economia da sua região, gerado pela sua ação quotidiana.

Na ação econômica direta do museu importa ainda referir o apoio aos produtores e artistas locais pela promoção da sua produção nos seus espaços. Aqui podemos referir os produtos naturais ou transformados que o museu tem na sua loja para aquisição como recordação local por parte do visitante. Podem aqui ser referidos produtos como o mel, o vinho e a doçaria ou os postais e o artesanato. Estes produtos são vendidos como recordação do museu ou da localidade, mas permitem também aos produtores locais, além de escoarem os seus produtos, obterem uma promoção gratuita que se traduz, muitas vezes, na sua expansão para novos mercados extrarregionais onde esses produtos conhecem nova procura. No caso do artesanato, há mesmo encomendas que surgem após este contacto com os produtos no museu. Além da loja, os museus promovem recorrentemente exposições de artesãos e artistas locais, permitindo-lhes divulgar a sua produção artística e auxiliando ao seu lançamento no mercado. Tal como o artesanato ganha procura, também os artistas conseguem a promoção das suas obras encontrando no museu um propulsor para se lançarem no mercado da arte. Esta função divulgadora de arte, que está na génese do próprio museu, é comum aos centros de arte contemporânea e aos museus regionais, não deixando, no entanto, de fazer parte do programa de outros museus que, desta forma, dinamizam as suas salas de exposições temporárias.

c. O museu como agente económico indireto

Toda a atividade direta do museu possui consequências que se traduzem num impacto indireto sobre os fluxos da economia regional, animando de alguma forma a sua dinâmica. Em primeiro lugar, o museu ao promover-se está também a promover a sua região de implantação, contribuindo para a dinâmica do turismo cultural (JUNIOR E COLNAGO, 2010). Contrariamente às instituições que vendem bens e serviços que podem ser levados ao cliente, o museu pretende atrair o público até si, onde possui toda a sua oferta. Mesmo nos casos de exposições itinerantes ou atividades fora da região, há sempre o objetivo de promoção da sua coleção, bem como das exposições e serviços que oferece nas suas instalações. É, por isso, um meio de divulgação e marketing importante que a região possui para chegar ao público externo, o qual sem o museu seria mais difícil cativar. Exemplos como Beamish, Bilbao ou, em Portugal, Vila Nova de Foz Côa, regiões que ficaram conhecidas pela incorporação do seu nome no do próprio museu⁶⁵, permitem compreender como uma região pode ficar conhecida pelo marketing de uma instituição museológica, recebendo com isso visitantes que, de outra forma, não se sentiriam atraídos a visitar a região. Em certos casos, a utilização de uma marca associada a um museu pode mesmo representar uma enorme vantagem para a atração de turistas. A título de exemplo temos o distrito cultural de Abu Dhabi, nos Emiratos Árabes Unidos, onde a utilização da marca Louvre para nomear o novo Museu de Artes Clássicas – Louvre Abu Dhabi pretende ser o grande chamariz para a atração de cerca de 1,4 milhões de visitantes anuais à cidade, tendo motivado o pagamento de 520 milhões de dólares ao museu francês pelo uso da marca Louvre (REIS, 2010, p. 120)⁶⁶. São precisamente esses visitantes, que se deslocam ora por iniciativa própria, ora inseridos em pacotes turísticos, que vão representar outra componente importante na economia regional. Os visitantes que o museu atrai e que, na maioria dos casos, não vão apenas visitar o museu, são também consumidores frequentemente oriundos de locais distantes, o que obriga à permanência na região. Mas a existência do museu pode também ter influência na escolha do local para pernoitar ou permanecer alguns dias, apresentando-se desta forma como um polo de atração turística. Está comprovado que, na Europa e nos Estados Unidos, as visitas aos museus representam hoje uma das principais atividades de lazer e atrações turísticas (FREY AND MEIER, 2006, p. 398), sendo frequente a sua inclusão em qualquer pacote turístico, pelo que a existência de um museu pode fazer a diferença na escolha de um destino.

⁶⁵ Beamish Museum, Museu Guggenheim de Bilbao e Museu do Côa, respetivamente.

⁶⁶ Valor pago para utilização da marca por 30 anos que se soma aos 32,5 milhões doados para restauro do Pavillon de Flore em Paris.

Utilizando como exemplo a cidade de Bilbao, o visitante que a queira a visitar tem o Guggenheim como primeira motivação para a escolher entre tantos outros destinos. Será provável que esse visitante fique hospedado na região e visite outros locais. De acordo com os dados oficiais, a média de permanência do visitante na cidade tem aumentado, representando 2,68 dias em 2006, tempo suficiente para visitar também outros locais da cidade de Bilbao (REIS, 2010, 120). Mas não é apenas o visitante turista que o museu atrai. Parte importante do público do museu é estudante ou investigador, o que, principalmente no último caso, permanece alguns dias no local. Portanto, há todo um consumo que o visitante irá fazer, em estabelecimentos hoteleiros, em cafés e restaurantes e em estabelecimentos comerciais onde são adquiridas recordações, mas também produtos essenciais à sua saúde e bem-estar. Se for adepto da diversão irá percorrer os parques temáticos ou os locais de diversão noturna da região. As deslocações, sejam por barco, avião, autocarro ou veículo próprio, obrigam à aquisição de combustível e, no caso dos transportes públicos, motiva a criação de rotas que passem pelo museu quando o público o justifica. Desta forma, o visitante de um museu é um consumidor como qualquer outro visitante da região, com a vantagem de se encontrar em lazer, o que implica que o seu consumo possa ser maior em relação a outros visitantes pela sua maior disponibilidade.⁶⁷ Tomando como exemplo Las Vegas, de acordo com o jornal *The Economist*, existiam em 2001 “mais americanos a visitar exposições de arte do que eventos desportivos”. Esta situação levou os casinos a criarem as suas próprias galerias de arte de forma a atraírem mais visitantes (FREY AND MEIER, 2006, p. 398). Voltando ainda ao Museu de Artes Clássicas – Louvre Abu Dhabi, estima-se que os 1,4 milhões de visitantes esperados anualmente sejam responsáveis por cerca de 1,7 biliões de dólares de receita para a economia local (REIS, 2010, p. 121)⁶⁸.

Este aumento de visitantes e de consumo são depois causa de atração de outros tipos de investimento. As empresas de hotelaria e restauração e o comércio voltado para o turismo estão entre as principais beneficiárias deste público que é também o seu por natureza (FREY AND MEIER, 2006, p. 403). Com a existência de um museu, os investidores sentir-se-ão motivados a investir naquela região por tal significar um estímulo ao aumento de visitantes que poderão ser também seus clientes. Estes investimentos significam novos postos de trabalho, novos consumidores, pois também eles consomem bens e serviços, e novos polos de atração turística e empresarial, pois estes espaços

⁶⁷ No caso, por exemplo, de um visitante em trabalho ou em viagem, este tentará permanecer o mínimo de tempo possível naquela região e consumirá apenas o estritamente necessário.

⁶⁸ Evidentemente que estes exemplos devem ser vistos à escala dos próprios museus. Tanto o Louvre Abu Dhabi como o Guggenheim de Bilbao possuem grandes orçamentos que lhes permite uma oferta atrativa e uma promoção abrangente.

atraem também eles os seus próprios clientes⁶⁹ e o serviço de outras empresas fornecedoras de bens e serviços que, assim, encontram na região novos mercados⁷⁰. Mas não é apenas este tipo de investimento que pode ser atraído pelo museu. Empresas fornecedoras de serviços podem também instalar-se na região por encontrarem aqui um mercado potencial. A título de exemplo, uma empresa de instalação e manutenção de ar condicionado ou de serviços de limpeza encontrará potenciais clientes entre o museu e o setor económico que dele beneficia. Estes investimentos empresariais que, indiretamente, são motivados pela ação do museu, são também eles criadores de postos de trabalho que vão absorver a mão-de-obra disponível e, muitas vezes, atrair população de fora para suprir as suas necessidades de recursos humanos especializados. Tal como o museu, estes estabelecimentos contribuirão para a fixação de população, combatendo o êxodo que se verifica em muitas regiões, principalmente as rurais. Mas esta fixação da população conduz também, pelo aumento das receitas de impostos cobrados localmente e, pela pressão populacional, ao estabelecimento de serviços, ora públicos, como escolas, repartições públicas, centros de saúde, ora privados, como bancos, seguros, hospitais privados e empresas fornecedoras de serviços de consumo doméstico (eletricidade, gás-natural, televisão por cabo, etc.) importantes para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes (SEAMAN, 2003, p. 225). No caso já citado do Museu do Louvre Abu Dhabi, prevê-se a criação de cerca de 12.600 postos de trabalho na região como reflexo do número de visitantes atraídos. (REIS, 2010, p. 121) Na ação económica indireta devem ainda ser considerados os chamados efeitos induzidos, ou seja, aqueles que são causados pelos impactos diretos como as despesas dos assalariados do museu ou os investimentos das empresas, fruto do lucro proporcionado pelos serviços prestados ao museu.

O museu é ainda um polo de regeneração urbana, influenciando de forma indireta a regeneração dos espaços envolventes através do investimento em obras públicas pelo poder local ou em obras privadas, nomeadamente por empresários que criam novos espaços comerciais e de fornecimento de serviços nas proximidades do museu.⁷¹ A existência de um museu pode ainda atrair

⁶⁹ Em Mértola não é apenas o Museu que atrai visitantes com frequência. De acordo com a informação recolhida junto da comunidade local, há um restaurante muito popular que é, para muitos, a melhor atração da vila e que motiva também grande movimento.

⁷⁰ Uma empresa grossista de bebidas ou bens alimentares poderá sentir-se desta forma motivada a alargar o seu mercado àquela região e criar ali uma rota de fornecimento, o que beneficia outros bares e restaurantes.

⁷¹ Por vezes o museu tem uma ação direta neste campo, ao ser o próprio a financiar as obras dos espaços envolventes e a aliciar empresários a instalarem-se nas proximidades.

o mercado imobiliário, motivando a valorização habitacional e comercial dos espaços em redor do museu e contribuindo para o desenvolvimento urbano (JUNIOR E COLNAGO, 2010, p. 213) ⁷².

O museu revela-se, desta forma, um importante motor económico de uma região, constituindo-se muitas vezes o maior dinamizador da economia regional e um polo de atração importante para novos investimentos que geram novas atrações e maior consumo de bens e serviços, contribuindo de forma direta e indireta para o aumento populacional e crescimento económico de uma região. Voltando ao Museu Guggenheim de Bilbao, de acordo com dados oficiais do ano 2006, a sua ação representou para a economia local um total de 211,6 milhões de euros, entre impactos diretos e indiretos, garantindo a manutenção de 4.232 postos de trabalho, o que significou um aumento de mais 500% em relação a 1997, ano da sua abertura ao público⁷³. No Reino Unido estima-se que o impacto total dos maiores museus do país se situe entre 1,5 e 2 biliões de libras, correspondendo a cerca de 0,2% do PIB (REIS, 2010, 120). Mas esta dinâmica potencia também a atração de bens e serviços que vão ao encontro das necessidades dos habitantes locais, os quais passam assim a dispor de uma oferta alargada a que, de outra forma, não teriam acesso. Esta influência verifica-se mais facilmente nos meios rurais, onde os museus, geralmente de iniciativa pública, têm uma importância evidente na dinâmica económica. Mas também nos meios mais desenvolvidos há exemplos a ter em conta, constituindo igualmente um evidente importante contributo. Nos casos específicos do citado Guggenheim, de Bilbao, ou do Tate Modern, ambos se inseriram numa estratégia de regeneração urbana e social de zonas industriais em declínio, representando um fator de renascimento para estas regiões em decadência.

⁷² Esta valorização habitacional bem como o aumento dos preços do arrendamento são muitas vezes considerados como “externalidades negativas”, embora só possa ser considerado negativo da perspetiva do comprador ou arrendatário.

⁷³ Em 1997, este número era de 832 postos de trabalho.

d. Riscos inerentes ao cálculo económico

Tal como acontece em outras áreas culturais, sociais ou científicas, o impacto económico do museu pode ser quantificado com recurso a fórmulas de cálculo que permitem medir aspetos como o consumo, o crescimento económico e a circulação de capital (Ver por exemplo SEAMAN, 2003; JOHNSON E THOMAS, 1991; JUNIOR E COLNAGO, 2010). A aplicação destes métodos pode, no entanto, revelar-se perigosa por ir ao encontro de resultados a curto prazo e no âmbito do crescimento económico, esquecendo os indicadores relativos ao impacto social e cultural, ou mesmo o nível da qualidade de vida. É convidativo avançar com valores interessantes e capazes de chamar a atenção, como os já referidos cerca de 211,6 milhões de euros estimados pelo Museu Guggenheim de Bilbao ou os 1,5 biliões de libras estimados para os maiores museus do Reino Unido como contributo para a economia. No entanto, estes valores têm várias condicionantes a considerar.

Em primeiro lugar, as diferenças regionais em termos políticos e sociais, cujas disparidades são por vezes abissais. Em segundo lugar, a própria realidade económica local, cujas condicionantes influenciam também os valores de impacto do museu. Por fim, os indicadores sociais e culturais de impacto do museu na região (TELFER, 2002, p. 113-114). Há, por isso, uma série de indicadores distintos que é necessário avaliar de forma integrada e cujos resultados poderão ser diferentes de região para região. A pretensão de valores semelhantes entre regiões distintas conduz a um fracasso das expectativas criadas em torno da atividade do museu. Desta forma, é de esperar que um museu de arte contemporânea localizado num grande meio urbano cosmopolita, para além do impacto social e cultural junto da comunidade, venha a representar um impacto económico significativo na sua região pelo âmbito internacional que deve assumir. Os mesmos números não se poderão exigir a um museu etnográfico de uma pequena região, mesmo quando inserido nas rotas internacionais do turismo cultural, o que não significa que não represente da mesma forma um impacto importante no meio local. Há ainda museus cuja ação económica perde importância para a sua região, por desempenharem um papel mais importante na ação sociocultural, seja na produção de conhecimento, seja na inclusão social, como acontece com muitos museus de comunidade ou de ciência. O peso dos indicadores nunca poderia ser igual para estes museus por a sua importância regional ser de âmbito distinto. Importa perceber que numa avaliação integrada, que inclua uma análise do meio onde o museu se insere, os resultados serão positivos em todos os casos. Tal avaliação requer uma integração de dados tão distintos como o número de postos de trabalho diretos, os valores monetários que a atividade do museu representa, em receitas e despesas, o número de visitantes do museu, o impacto educativo na comunidade, o contributo em termos

sociais, o contributo para a criação de hábitos culturais, o contributo em termos de sensibilização para a cidadania, etc.

Para uma efetiva avaliação, a análise teria de se alargar aos impactos indiretos, em termos de postos de trabalho, circulação de moeda, circulação de pessoas, impactos educacionais, sociais, culturais, etc. Há, portanto, toda uma série de indicadores distintos, económicos, socioculturais, ambientais, de complexa interação e que se revelam de difícil avaliação integrada. Há ainda impactos que se manifestam de formas inesperadas e impossíveis de avaliar. Muitas vezes a atividade do museu cria impactos secundários, que por sua vez criam também impactos diretos e indiretos, numa série de repercussões sucessivas a vários níveis, como resultado da natureza interativa dos fenómenos económicos, sociais e ambientais, que revelam uma mediação complexa e que nem sempre são detetáveis. Para a avaliação ficar completa, deve ainda debruçar-se sobre várias perspetivas, desde a local à internacional. Toda esta rede complexa de impactos revela uma dificuldade acrescida perante a definição dos indicadores de impacto e de que forma se pode estabelecer uma ligação clara entre si. Na definição dos indicadores de impacto, é também necessário esclarecer o significado de cada um e qual o seu objetivo (WALL E MATHIENSON, 2006).

A dificuldade em criar um modelo que consiga de facto avaliar o impacto do museu no desenvolvimento de uma região tem levado muitos investigadores a examinarem apenas alguns indicadores facilmente quantificáveis, nomeadamente em termos do número de visitantes ou das receitas e despesas do museu, tentando depois alcançar por meio de estimativas os valores de impacto indireto (ver por exemplo REIS, 2010). Mas este tipo de análise revela-se incompleto, impreciso e muito longe de refletir o verdadeiro impacto do museu na sua região. A tentativa de contabilizar apenas os impactos económicos diretos revela-se ainda insuficiente para dar conta do papel do museu enquanto fator de desenvolvimento aos olhos da própria comunidade. Muitas vezes, as indústrias do turismo e lazer, do desporto e indústrias transformadoras, cujo objetivo primordial é a obtenção de lucro, trazem impactos económicos diretos mais elevados para as contas regionais do que os que o museu pode apresentar. Desta forma, os impactos sociais, culturais e ambientais, áreas onde o museu tem por natureza uma intervenção importante, revelam-se fundamentais para que a comunidade veja no museu um meio importante para o desenvolvimento da região, apresentando-se os impactos económicos como mais um componente integrante do seu impacto real. A tentativa de fazer incidir a análise apenas sobre o impacto económico vai ainda condicionar a atividade do museu na tentativa de melhorar os valores de âmbito económico, descurando as “falhas de mercado” ou “externalidades positivas” produzidas pelos museus, o que irá impedir a “alocação socialmente ótima

dos recursos económicos” nas áreas da sua intervenção (JUNIOR E COLNAGO, 2010, pp. 209-210). É, por isso, importante que qualquer avaliação inclua todos os impactos que vão ao encontro da melhoria das condições de vida no seio da região onde o museu exerce a sua influência.

4. Da teoria à prática: alguns exemplos em Portugal

“Como vimos, mesmo os seus ícones mais emblemáticos (Louvre, Guggenheim, dentre outros, Tate Modern), justificam os subsídios públicos e os investimentos privados com base nas suas funções cultural, social e económica.”

Ana Carla Fonseca Reis⁷⁴

a. Metodologia

O presente capítulo apresenta um conjunto de museus portugueses que têm inscrita na sua missão a vontade de contribuir para o desenvolvimento da respetiva região, constituindo-se, por isso, como exemplos ilustrativos da linha de pensamento que acabou de ser apresentada. São museus que, com base na proteção e valorização do património, desempenham um papel fundamental, não apenas no desenvolvimento cultural ou social, mas também na dinâmica económica da sua região de implantação, constituindo-se como fator de qualidade de vida para a sua comunidade. Seguindo uma visão empenhada no cumprimento dos seus objetivos, caracterizam-se pelo estímulo que transmitem aos visitantes e pelo reconhecimento dos habitantes locais.

A seleção dos museus que serão abordados foi elaborada de forma a representar diferentes realidades geográficas, diferentes tipologias de museus e diferentes tutelas, permitindo desta forma ilustrar como pode a ideia ser aplicável a qualquer projeto museológico. A escolha tenta representar as diferentes realidades de Portugal Continental, prestando particular cuidado em atender às dicotomias Norte/Sul e Litoral/Interior e respetivos níveis de competitividade, os quais permitem conhecer o desempenho económico em termos de criação de riqueza (INE, 2011, p. 2)⁷⁵. Houve também uma tentativa de abranger as diferentes tipologias de museus. No entanto, dada a extensão de tipologias identificadas pelo ICOM⁷⁶, optou-se pela sua inserção nos três grandes grupos do Eurostat⁷⁷ de forma a ser perceptível a aplicação teórica em qualquer contexto museológico. O mesmo

⁷⁴ In REIS, Ana Carla Fonseca (2010) *Museus e Mercados de Arte como Agentes Econômicos: Um diálogo entre cultura e economia*. In JUNIOR, José do Nascimento [Org.] *Economia de Museus*, Brasília, Ministério da Cultura/IBRAM, p. 135.

⁷⁵ O índice de competitividade baseia-se na avaliação das potencialidades de cada região, em termos de recursos humanos e físicos, bem como a sua capacidade de produção de riqueza para avaliar a competitividade das suas empresas em contexto internacional.

⁷⁶ Ver Anexo III, Fig. 1.

⁷⁷ *Ibidem*.

se passa no que diz respeito às diferentes tutelas, considerando-se para a presente análise as tutelas pública e privada, isto com a consciência de que grande parte dos museus em Portugal possui uma tutela pública (NEVES, 2008). Assim, foram selecionados quatro museus que, no seu conjunto, permitem ir ao encontro dos critérios assinalados. O Ecomuseu do Barroso, localizado na região interior Norte do país⁷⁸, região com baixo índice de competitividade⁷⁹, apresenta-se como um museu de tutela pública, englobando as características de um museu de território e enquadrando-se desta forma na categoria c) da tipologia do Eurostat (*Anexo III, Fig. 1*). O Museu de Serralves, localizado litoral Norte⁸⁰, região com elevado índice de competitividade⁸¹, de tutela privada e assumidamente um museu de arte enquadrando-se por isso na categoria a) da tipologia do Eurostat (*Anexo III, Fig. 1*). O Ecomuseu Municipal do Seixal, localizado no litoral Sul do país⁸², junto à capital e numa zona de elevado índice de competitividade⁸³, de tutela pública que reúne as características de um museu multidisciplinar mas onde sobressaem as técnicas industriais e o carácter etnográfico, enquadrando-se assim na categoria b) da tipologia do Eurostat (*Anexo III, Fig. 1*). Por fim, o museu de Mértola no interior Sul⁸⁴, região de baixo índice de competitividade⁸⁵, um museu de tutela pública com uma componente multidisciplinar, apesar da forte base na arqueologia e etnografia, e que se insere, por isso, na categoria c) da tipologia do Eurostat (*Anexo III, Fig. 1*).

A análise começa com um enquadramento do Museu através de uma breve caracterização da região onde se insere. É depois apresentado o museu por um breve enquadramento histórico, os propósitos da sua missão e objetivos e a descrição dos respetivos espaços e coleções. A análise explora depois a sua atividade e os impactos económicos na respetiva região de influência com recurso aos dados fornecidos pelos Censos. Os dados analisados compreendem a evolução da densidade populacional, de acordo com os censos entre 1960 e 2011, a população residente por

⁷⁸ Ver Anexo VI, Fig. 1.

⁷⁹ Ver Anexo VI, Fig. 2.

⁸⁰ Ver Anexo VI, Fig. 1.

⁸¹ Ver Anexo VI, Fig. 2.

⁸² Ver Anexo VI, Fig. 1.

⁸³ Ver Anexo VI, Fig. 2.

⁸⁴ Ver Anexo VI, Fig. 1.

⁸⁵ Ver Anexo VI, Fig. 2.

grupos etários e a média anual de ofertas de emprego por setor de atividade, dados que só existem desde 2001.

Como forma de complementar esta análise, são depois apresentados os resultados e conclusões retirados dos questionários elaborados junto da população local⁸⁶. A realização dos questionários, mais do que sob uma metodologia estatística, realizou-se como complemento a uma visita efetuada aos museus e à comunidade local da sua envolvência, assente numa estratégia que privilegia o contacto direto e informal. Pretendeu-se desta forma conseguir apreender o sentimento da própria comunidade sobre a sua realidade e sobre a ação do museu. Neste sentido, envolveu o contacto informal com o ambiente local e com diversos habitantes da região. Através deles, procurou-se refletir este contacto, de forma a ser possível a sua incorporação numa metodologia de análise. A metodologia assentou na realização de questionários junto da comunidade que foi dividida em três grupos de análise: comerciantes, população em geral e instituições de desenvolvimento regional. A divisão pretendeu desta forma compreender especificamente a visão do comércio local, com particular incidência do setor da hotelaria e restauração, por norma os grandes beneficiários da atividade cultural, e das instituições ligadas ao desenvolvimento da região. A realização dos questionários efetuou-se junto das instalações dos respetivos museus, exceção feita às instituições que foram contactadas via telefone e correio eletrónico, e compreendeu a realização de três questionários a cada grupo de forma a fazer figurar diversas perspetivas. No primeiro grupo, pretendeu-se ilustrar a opinião de um comerciante da restauração, um comerciante da hotelaria e um outro comerciante selecionado de modo acidental⁸⁷. No mesmo sentido, os questionários à população procuraram abranger diferentes faixas etárias, distribuindo-se por elementos mais novos e mais velhos da população⁸⁸. Os questionários às instituições de desenvolvimento regional pretenderam compreender a perspetiva dos principais agentes económicos no terreno. Foram realizados questionários às associações empresariais de cada região de influência do museu como forma de complementar a perspetiva dos comerciantes locais. Foram igualmente auscultadas as CCDR's, as associações e agências para o desenvolvimento regional e as Regiões de Turismo. No caso específico do Museu de Serralves foi ainda consultada a Câmara Municipal do Porto e a Junta de Freguesia de Lordelo do Ouro, no primeiro caso por não ser da sua responsabilidade a gestão do

⁸⁶ Ver Anexo IV.

⁸⁷ Ver Anexo V, Fig. 1.

⁸⁸ Ver Anexo V, Fig. 2.

Museu, como acontece nos restantes casos; no segundo caso para tentar reduzir a escala de análise, de forma a compreender melhor o impacto a nível local. Foram ainda realizados questionários junto das direções dos próprios museus de forma a complementar as conclusões da análise⁸⁹. As questões colocadas permitiram ainda elaborar dois gráficos para cada Museu ilustrativos das respostas obtidas às questões 2⁹⁰ e 4⁹¹. Na construção desses gráficos não foram consideradas as respostas dos próprios Museus. Desta forma, descontando as instituições que não aceitaram responder ao questionário⁹², as análises compreendem um total de 9 questionários para o Ecomuseu do Barroso, 10 questionários para o Museu de Serralves, 7 questionários para o Ecomuseu Municipal do Seixal e 9 questionários para o Museu de Mértola. Cada análise compreenderá ainda uma secção que expõe as conclusões obtidas com a ajuda da perspetiva deixada pela visita a cada um dos museus e à sua região.

No final deste capítulo é ainda apresentada uma síntese comparativa com as conclusões e os pontos em comum que caracterizam a ação dos museus e o seu impacto económico nas respetivas regiões. Esta síntese servirá ainda de ligação para a abordagem do projeto do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena, um projeto museológico que se encontra em desenvolvimento pela Câmara Municipal de Ribeira de Pena e que pretende também constituir-se como um instrumento de desenvolvimento local. As conclusões aqui alcançadas permitem compreender e antecipar como se aproximar dos seus propósitos, através da ação levada a cabo pelos museus anteriormente analisados.

⁸⁹ Ver Anexo V, Fig. 3.

⁹⁰ Esta questão pede para selecionar os fatores que mais contribuem para o desenvolvimento regional de entre cinco opções: impacto da coleção; estratégias de exposição; estratégias de marketing; atividade do museu; outras ofertas do museu. Ver Anexo IV.

⁹¹ Esta questão incide sobre a possibilidade de atração por parte do museu de novos investimentos para a região. Ver Anexo IV.

⁹² Ver Anexo IV.

b. Ecomuseu do Barroso

A região do Barroso é uma região predominantemente rural, marcada pela influência do planalto⁹³ que a caracteriza e por um clima rigoroso, vias de comunicação difíceis e uma economia baseada na agricultura e pecuária, fundamentalmente de subsistência⁹⁴. A proximidade da fronteira e as dificuldades sentidas no setor primário levaram ao êxodo da população, principalmente para o estrangeiro, conduzindo ao despovoamento e envelhecimento da população e à sobrecarga das autarquias e instituições de solidariedade no sentido de atenuar os seus efeitos negativos. Grande parte da região coincide com o concelho de Montalegre, um território de 806 km² composto por 35 freguesias e distante dos centros económicos e populacionais, onde Chaves (35 km) e Braga (90 km) apresentam maior proximidade. As acessibilidades são difíceis, marcadas pelos condicionamentos de uma região montanhosa, assumindo-se a E.N. 103, de ligação entre Chaves e Braga, como a mais importante. (TEIXEIRA, 2005).

Foi precisamente o Município de Montalegre que apostou na criação de uma estrutura museológica que permitisse preservar o património natural e cultural barrosão e, ao mesmo tempo, valorizar esse património como fator de desenvolvimento. A ideia de criação de um ecomuseu na região remonta à década de 1970, aquando de uma das visitas de Georges-Henri Rivière a Portugal, o qual no âmbito desse projeto deixa algumas propostas para as aldeias inseridas no Parque Nacional da Peneda Gerês (BATISTA, 2006, p.23). O projeto inicial é depois alargado para o restante concelho de Montalegre por ação de António Batista e Fernando Pessoa do então SNPRCN e avança, finalmente, por ação do Município, em 2001, sob orientação de Hugues de Varine enquanto consultor (TEIXEIRA, 2005, p. 63). Este novo projeto é então apresentado pelo presidente da Câmara Municipal, Fernando Rodrigues, como um projeto de “desenvolvimento harmonioso” na área do ambiente e do património (PEREIRO PÉRES ET AL., 2003, p. 4). Assenta no conceito de economuseologia como sistema de simbiose entre a pequena empresa artesanal e o museu, de forma a proporcionar o autofinanciamento através da originalidade e qualidade do produto e da valorização cultural e ambiental da empresa, potenciando o turismo cultural e científico (TEIXEIRA, 2005, p. 5).

O projeto, que desde o início se desenvolve com o envolvimento da comunidade local, tem no seu horizonte uma vertente de conservação e valorização do património através da conservação,

⁹³ Serra do Barroso ou Serra das Alturas.

⁹⁴ Ver Anexo VI, Figs. 3 e 4.

investigação e interpretação dos valores culturais e naturais do território barroso, cumprindo assim com as funções tradicionais da esfera dos museus. Mas pretende também assumir-se como um elemento âncora na estratégia de desenvolvimento integrado e sustentável da sua região. Assume-se por isso como um projeto capaz de atrair rentabilidade económica, nomeadamente através de uma estratégia de desenvolvimento turístico onde se apresenta como ícone de atração (PEREIRO PÉREZ ET AL., 2003, p. 4). O desafio é a valorização do património natural e cultural de forma a servir de base a novos desafios de viabilização de atividades de foro económico que permitam a sustentabilidade da região e a melhoria da qualidade de vida da população. A ideia de que os habitantes locais possam ter novas possibilidades de rendimento por meio das condições criadas pelo ecomuseu está presente na sua ambição desde o início (TEIXEIRA, 2005, p. 73). Mas visa também ir ao encontro das necessidades sociais, pela preservação dos conhecimentos técnicos e dos saberes associados à memória popular, pela consciencialização e educação para os valores do património cultural, pelo desenvolvimento de programas de participação popular e pelo objetivo de valorização das populações.

O Ecomuseu do Barroso assume-se, desta forma, como um projeto acima de tudo de desenvolvimento local, caracterizado pela capacidade de mobilização interna e de ligação da comunidade com o exterior no sentido de desenvolver iniciativas de cooperação e parcerias com outras regiões (TEIXEIRA, 2005). Esta ideia de criação de um museu como centro de uma estratégia de desenvolvimento “justo e solidário” é, aliás, ainda hoje bem explícita na mensagem do próprio Presidente do Município apresentada na página do Ecomuseu. Apesar de ser um dos mais recentes projetos de ecomuseus em Portugal, tem já mais de dez anos de desenvolvimento no terreno, o que permitire perceber de que forma tem dado o seu contributo em termos económicos à sua região.

Embora apresente como porta de entrada a chegada ao próprio território do Barroso, o Ecomuseu do Barroso é atualmente composto por quatro polos museológicos interligados, criando eles próprios um roteiro cultural pelo concelho de Montalegre. O núcleo sede e Centro Interpretativo da Região localiza-se na zona envolvente do Castelo de Montalegre, integrado na sua linha de muralha⁹⁵. A sua exposição permanente, que se desenvolve ao longo de várias salas, oferece ao visitante a experiência dos sentidos, reproduzindo os sons, as imagens, os odores, os toques e os sabores característicos da região, pela possibilidade de o visitante interagir com alguns componentes da exposição. Estas sensações são muitas vezes exploradas com recurso a meios tecnológicos,

⁹⁵ Ver Anexo VI, Figs. 5 e 6.

obrigando ao envolvimento do visitante. Da etnografia à memória, da paisagem à riqueza da terra, da história à tradição, convida o visitante numa incursão pelo mundo barrosão, complementado pelas exposições temporárias de forma a assumir-se como uma “janela” para os visitantes e um “espelho” para os locais (ECOMUSEU). Esta componente de apresentação do Barroso é ainda complementada pela Loja Turística, espaço de venda de produtos do Ecomuseu, do Barroso e dos seus artífices. É também neste edifício que se localizam os serviços de gestão, orientação e apoio técnico dos diferentes polos museológicos e de toda a atividade que se desenvolve no território, integrando nos seus espaços, além dos diferentes gabinetes, a reserva museológica e a oficina (Teixeira, 2005). Possui ainda uma sala pedagógica com diversas atividades destinadas aos mais jovens.

Outro núcleo já em funcionamento é a Casa do Capitão, em Salto.⁹⁶ Este espaço, antiga casa do capitão da aldeia, foi reconstruído após um incêndio e transformado em polo museológico dedicado à freguesia de Salto em particular. Assume-se, sobretudo, como um espaço de oferta cultural, com biblioteca, acesso à Internet, serviços educativos e uma pequena loja. A sua exposição permanente debruça-se, sobretudo, sobre a etnografia ligada à freguesia, com particular incidência na vida agrícola e na raça barrosã. A temática é complementada por pequenos documentários representativos da vida barrosã que são disponibilizados num pequeno auditório.

Outros dois núcleos constituem o Ecomuseu: Tourém e Pitões das Júnias, ambos situados na corte do Boi do Povo da respetiva aldeia, locais de grande significado para as respetivas comunidades⁹⁷. Ambos se debruçam sobre temáticas ligadas ao património local e às atividades económicas tradicionais, com destaques para *As relações com a vizinha Espanha*, *O Couto Misto*, *O Contrabando* (polo de Tourém) ou para *Os modos de produção local*, *As alfaías agrícolas* e *A venda de artigos artesanais* (Pitões das Júnias) (ECOMUSEU).

Os quatro núcleos aparecem integrados num roteiro que permite conduzir o visitante pelo concelho, contactando com a comunidade local, consumindo no comércio local. Aliado à preservação e valorização do património, está vincada uma forte vertente turística de promoção da região e dos seus produtos. Em todos eles existe ou está prevista a criação de uma loja que promova os produtos regionais (TEIXEIRA, 2005)⁹⁸. Também é claro o destaque dado às atividades económicas tradicionais

⁹⁶ Ver Anexo VI, Fig. 7.

⁹⁷ Ver Anexo VI, Figs. 8 e 9.

⁹⁸ A Casa do Capitão tinha mesmo prevista uma cafetaria.

como forma de promoção e incentivo. Além dos polos já existentes, estão previstos mais 15 que procuram complementar a ação do projeto no sentido de valorização económica da região.⁹⁹ Nesse sentido, destacam-se para o polo do Castelo, que pretende valorizar a oferta do ecomuseu através da sua arquitetura; o Centro de Interpretação Arqueológico e o Museu do Espaço, que pretendem ser centros de acolhimento dos visitantes; a reabilitação urbana que o Museu das Crenças Populares trará para Vilar de Perdizes; a dinamização e manutenção das atividades económicas tradicionais que serão proporcionadas pela Casa do Fumeiro, pelo Museu da Terra, pelo Forno de Tourém, pelo Forno e Forja de Paredes do Rio, pelo Pisão de Tabuada ou pelo Lagar de Azeite de Cabril; e mesmo a valorização turística que a musealização do Complexo Industrial e Mineiro da Borralha pode trazer.

Além da atividade dos núcleos museológicos, a ação do ecomuseu desenvolve-se pela dinamização de percursos pedestres no concelho de Montalegre e pelos eventos que anualmente organiza. No primeiro caso, dinamiza o turismo pelas rotas tradicionais de deslocação pelo concelho¹⁰⁰. Destaca-se o Caminho do Jacobeu pela ligação aos caminhos de Santiago e atividades como o Dia Mundial da Floresta, a Rota dos Canastos ou as Corrilheiras do Barroso que são realizadas anualmente com vista à promoção turística dos percursos pedestres. No segundo caso, pretende explorar duas vertentes. Por um lado, a recuperação das atividades tradicionais como os trabalhos agrícolas ou os momentos festivos; por outro, a organização de novos eventos como forma de exploração turística e de mobilização da população com vista a ocupar novas profissões e nichos de mercado (TEIXEIRA, 2005, p. 104). Na agenda anual do Ecomuseu surgem atividades claramente orientadas para o seu impacto económico embora fortemente ligadas à comunidade local. Exemplos são o Cantar dos Reis, em Paredes do Rio, o Entrudo em Vilar de Perdizes, a Malhada de Solveira, a Segada e Malhada de Paredes do Rio, os Magustos, a Matança do Porco em Paredes do Rio e o Natal dos Cantadores ao Desafio e Tocadores de Concertina, evento cada ano acolhido por uma aldeia diferente. Estes eventos, muito publicitados nos media e junto dos operadores turísticos, são organizados muitas vezes pelas comunidades locais com o apoio do Ecomuseu e visam integrar os visitantes de modo a que se tornem parte da própria festa, convidando-os a voltar nas edições seguintes. O aumento de visitantes tem sido considerável e alguns eventos têm ganho grande projeção, como a Feira e Congresso de Medicina Popular, a Queima do Judas e a Noite de Bruxas,

⁹⁹ Ver Anexo VI, Fig. 10.

¹⁰⁰ Ver Anexo VI, Fig. 11.

realizada todas as Sextas-feiras 13 e que tem já cobertura mediática nacional e é alvo de notícia em diferentes meios de comunicação.¹⁰¹

Apesar de todo este dinamismo do Ecomuseu do Barroso voltado para o turismo e para o desenvolvimento da região, importa averiguar se tem conseguido impacto positivo junto da economia local. Os dados fornecidos pelos Censos são animadores. Percebe-se que concelho de Montalegre perdeu mais de 50% da população desde 1960. No entanto, desde 2001 que a tendência tem vindo a diminuir de forma considerável.¹⁰² Já a média anual de ofertas de emprego por setor de atividade revela um aumento considerável entre 2001 e 2009, chegando mesmo no setor terciário a aumentar em 2010, altura em que conhece, uma queda acentuada¹⁰³. A relação direta destes dados com a ação do museu é confirmada pela própria comunidade local e pelos agentes regionais de desenvolvimento. Neste caso aceitaram responder ao questionário a CCDR-N, a ACISAT – Associação Empresarial do Alto Tâmega e a Região de Turismo Porto e Norte de Portugal.

Pela análise aos questionários realizados percebe-se que é evidente para a comunidade o contributo económico do Ecomuseu para a região, nomeadamente no que se refere à atração de visitantes para o concelho, perceção particularmente notada pelos comerciantes, embora também seja referido o apoio na promoção dos artesãos locais. O Ecomuseu é também referido como um fator de riqueza adquirida pelo território pela dinâmica que lhe está adjacente. Além da atração turística, o museu é ainda visto como um fator de fomento da empregabilidade. As estratégias de marketing e a atividade do museu são os fatores tidos como mais influentes para esse contributo¹⁰⁴, destacando-se a divulgação do património barrosão no primeiro caso, com destaque para o artesanato e a gastronomia, e a realização de eventos que ganham cada vez mais adeptos, com destaques para os Dias das Bruxas, evento por todos reconhecido como uma aposta de sucesso, ou a Queima do Judas que tem recebido grande adesão do público. Aspeto particularmente apontado pela unidade hoteleira consultada são os Percursos do Ecomuseu que permitem convencer os visitantes a permanecer mais dias em Montalegre. A Região de Turismo considera mesmo as atividades do Ecomuseu como um passo na melhoria da “qualidade da oferta turística da região”. Na questão relativa à relação do Ecomuseu com a comunidade local, também o Ecomuseu obtém

¹⁰¹ Ver Anexo VI, Figs. 12 a 14.

¹⁰² Ver Anexo III, Figs. 2 e 3.

¹⁰³ Ver Anexo III, Fig. 4.

¹⁰⁴ Ver Anexo V, Fig. 4.

reconhecimento como fator importante no desenvolvimento da região. Desta forma, a organização de atividades voltadas para a comunidade e, em particular, para o público escolar são apontados unanimemente como melhorando a qualidade de vida da população, nomeadamente ao nível da intervenção cultural e social. Especial referência tiveram os cursos de pintura e de teatro para os habitantes locais. Ao nível do contributo económico é ainda referido apoio fornecido aos artistas e artesãos locais, na exposição e venda das suas peças e na criação de emprego, já que “os próprios recursos humanos do Ecomuseu são membros da comunidade” local como referido por um comerciante. O Ecomuseu cria também oportunidades de realização de estágios para jovens locais, de forma a fornecer-lhes uma base de lançamento profissional. Esta ligação do Ecomuseu à comunidade é vista pelos agentes de desenvolvimento como um fator fundamental no contributo para o desenvolvimento da região pela ligação que confere entre o museu e o seu território. Por fim, no que se refere à atração de novos investimentos é unanimemente reconhecido não se verificar um grande fluxo. No entanto, é óbvio, principalmente entre os comerciantes locais, que o Ecomuseu tem sido um fator fundamental de manutenção do comércio existente em Montalegre¹⁰⁵. O aparecimento de algumas novas casas de Turismo Rural na região aparece também como um resultado da ação do Ecomuseu, tal como referido pelo seu próprio diretor¹⁰⁶.

O Ecomuseu do Barroso identifica-se, desde a sua génese, como um projeto de desenvolvimento integrado e sustentável, pela valorização do património e da comunidade da sua região de implantação. Apesar de ter apenas uma década de funcionamento, que em boa parte foi o tempo da sua instalação física e implantação no meio, o ecomuseu tem-se revelado uma estrutura importante no desenvolvimento da sua região. Evidentemente que a análise dos dados dos Censos não permite estabelecer uma relação direta com a atividade do museu, mas é interessante ver o aumento anual de ofertas de emprego no setor terciário¹⁰⁷, precisamente o setor mais ligado ao turismo, bem como a atenuação da tendência de despovoamento. No entanto, os efeitos já se fazem sentir entre a comunidade, onde existe um reconhecimento generalizado da importância, não apenas cultural e social, mas também económica do Ecomuseu na região, quer pela atividade que desempenha, quer pelo número de visitantes que atrai. No caso dos comerciantes revela-se particularmente importante no Inverno, garantindo fluxos constantes de clientela que permitem

¹⁰⁵ Ver Anexo V, Fig. 5.

¹⁰⁶ Ver questionário em anexo: Anexo IV.

¹⁰⁷ Apesar da quebra que conhece em 2011, provavelmente associada aos efeitos da recente crise económica do país.

manter o negócio. Fica ainda a ideia de que, não é apenas o comércio de hotelaria e restauração que beneficia da atividade do Ecomuseu, mas também outros sectores como o comércio de produtos regionais, o que beneficia também os produtores da região. Curiosidade foi um dos estabelecimentos consultados, uma loja de fruta, normalmente voltadas para o público local, que referiu ter um grande afluxo de clientes turistas resultantes da ação do Ecomuseu.

Embora longe de chegar ao completo vigor do projeto inicial, o Ecomuseu do Barroso tem-se revelado cada vez mais uma instituição importante para o concelho de Montalegre. A promoção do concelho assenta sobretudo nos eventos desenvolvidos pelo Ecomuseu, alguns já de cobertura mediática, assim como a oferta turística que este proporciona. A capacidade de atração de turistas é visível sobretudo ao fim de semana, sendo muitos deles estrangeiros e maravilhados com a oferta natural e cultural ao seu dispor e que são ativos consumidores da gastronomia, do artesanato, dos produtos naturais e da oferta hoteleira. Mas é também importante a ligação do Ecomuseu junto da sua comunidade e a forma como isso tem sido fundamental na valorização do território. O ânimo conferido pela valorização de atividades agrícolas e artesanais em declínio como forma de criação de emprego e riqueza, mas também a potenciação de novos nichos de mercado no território tem permitido travar o declínio deste concelho transmontano, longe dos grandes centros de decisão e da dinâmica económica, criando condições de atração e de qualidade de vida.

c. Museu de Serralves

A cidade do Porto é um importante centro urbano na região Norte de Portugal onde exerce grande influência económica e onde detém o estatuto de grande entreposto comercial. É o segundo motor económico do país, a seguir à capital, e centro de uma área metropolitana composta por 16 concelhos que representa 13,1% do volume de negócios total do país (VAREJÃO, 2008, p. 66).¹⁰⁸ Importante ponto de atração económico e social, a cidade do Porto estende-se por 42 km² correspondentes ao próprio concelho que se divide em 15 freguesias.¹⁰⁹ É uma cidade economicamente diversificada como comprovado pelo elevado índice de diversificação que apresenta¹¹⁰, o que indica uma grande variedade de setores que estimulam a economia regional, apesar da predominância do setor terciário, situando o Porto na quarta posição entre os concelhos mais diversificados do país (VAREJÃO, 2008, pp. 55-56). A sua importância justifica a existência de boas vias de comunicação, com destaque para as autoestradas e linhas ferroviárias que a ligam ao Norte, ao Sul e ao Interior do país, bem como importantes infraestruturas como o Porto de Leixões, a maior infraestrutura portuária da região Norte de Portugal, e o Aeroporto Sá Carneiro, o terceiro aeroporto do país em termos de número de passageiros e o segundo em termos de movimento de aeronaves e carga transportada (VAREJÃO, 2008, p. 74). Fruto de toda esta atividade económica e competitividade, é também um importante centro populacional, o que conduz à concentração de oferta de serviços públicos e privados, incluindo-se a esse nível entre uma das regiões de melhor qualidade de vida do país.¹¹¹ Em termos culturais é também uma das cidades portuguesas mais ricas, quer em termos de património material onde se destaca a elevação do centro histórico a Património da Humanidade, em 1996, quer em termos de dinâmica cultural onde possui grande tradição e onde se destaca a Capital Europeia da Cultura, em 2001. No âmbito cultural é ainda importante referir que foi o Porto a primeira cidade a acolher um museu de arte no país, o Museu Portuense em 1833 de que é hoje herdeiro o Museu Nacional Soares dos Reis, e que possui hoje um total de 18 museus.

A Fundação de Serralves nasceu da vontade da própria sociedade civil portuense que, por ação de um grupo ligado à cultura e às artes, veio reclamar para a cidade do Porto um espaço

¹⁰⁸ Ver Anexo VI, Fig. 15.

¹⁰⁹ Ver Anexo VI, Fig. 16.

¹¹⁰ Índice que calcula a diversidade de empregos existentes numa região pela comparação da percentagem entre os diferentes setores económicos e, desta forma, a sua especialização.

¹¹¹ Ver Anexo VI, Figs. 17 e 18.

dedicado à arte contemporânea. Após uma breve experiência de instalação de um Centro de Arte Contemporânea no Museu Nacional Soares dos Reis, foi adquirida à família do Conde de Riba D'Ave a Quinta de Serralves, em 1986, pela então Direcção-Geral do Património. A propriedade, além do enorme jardim modernista, uma mata e terrenos agrícolas, possui uma casa ao gosto *Art Déco* onde é instalado no ano seguinte o Museu de Arte Moderna.¹¹² Mas o passo mais importante seria dado em 1989 com a criação da Fundação de Serralves, instituição criada pelo Estado em conjunto com parceiros privados, que passa então a gerir o Museu de Arte Moderna. A história de criação do museu, onde foi importante a parceria entre o Estado Português e a sociedade civil para a concretização do projeto, culmina, em 1999, com a inauguração do novo edifício do Museu de Arte Contemporânea da autoria do arquiteto Siza Vieira. Este museu, o primeiro do país dedicado à arte contemporânea, assenta a sua coleção e programa expositivo na arte da segunda metade do século XX, mais concretamente a partir de 1965, época de grandes mudanças socioculturais e também de mudanças artísticas (FARIA, 2004; OLIVEIRA, 2004).

Desde a sua criação que a Fundação de Serralves se apresenta como uma instituição cultural ao serviço da comunidade nacional, assumindo uma missão de sensibilização do público para a arte contemporânea e o ambiente, mas também de reflexão e debate sobre a sociedade. Apesar de assumir um âmbito internacional, não esquece a sua integração na comunidade e define a abordagem empresarial e a sustentabilidade como conceitos orientadores da sua atuação e da sua visão, que definem também os seus eixos estratégicos. Estes conceitos vêm a influenciar a definição do seu projeto museológico no sentido de afirmar a imagem de Portugal através da promoção e internacionalização da arte contemporânea. Desta forma, o seu programa contempla a sensibilização para o gosto pela arte contemporânea, a promoção dos jovens artistas e a relação com a comunidade local. Não esquece, por isso, as exposições de autores portugueses e as mostras centradas no trabalho de jovens artistas, com vista à valorização das suas obras (OLIVEIRA, 2004, p. 54).¹¹³

O Museu é hoje um grande complexo caracterizado por vários espaços que se complementam mutuamente. À herança da quinta, o Parque de 18 hectares e a Casa de Serralves, ambos ícones do próprio museu e espaços importantes para a sua dinâmica, junta-se o novo edifício que acolhe os

¹¹² Ver Anexo VI, Figs. 19 a 21.

¹¹³ Foi mesmo definido como política do museu que um terço das exposições anuais seriam de artistas portugueses e que seriam realizadas várias mostras, ao longo do ano, dedicadas a jovens artistas.

espaços do museu, a biblioteca e o auditório.¹¹⁴ Além das diversas salas de exposições, das reservas, dos serviços educativos e diferentes gabinetes, este novo edifício possui ainda uma cafeteria, um restaurante, uma casa de chá (com loja gourmet), uma livraria e uma loja. Apresenta-se como um espaço de simbiose entre a arquitetura e a paisagem exterior e de relação da arte com o visitante, revelando-se, nas palavras do seu arquiteto, “um excelente espaço de convívio, de passeio, de várias atividades” (LOUREIRO, 2004, p. 46). Estas diferentes valências complementam-se na oferta ao visitante que pode, desta forma, prolongar a experiência proporcionada pelo museu. Mas são também fundamentais na própria imagem de promoção do museu, a Casa enquanto “exemplar único da arquitetura *Art Déco*”, o Parque enquanto galardoado com o prémio “Henry Ford for the Preservation of the Environment em 1997” e o Museu enquanto projeto do arquiteto Álvaro Siza Vieira, “vencedor do Prémio Pritzker em 1992” (SERRALVES). Destaques ainda para os serviços de visitas guiadas, a disponibilização de suportes multimédia e áudio-guias, os serviços educativos que adaptam a visita aos diferentes tipos de público como forma de atração de visitantes. O museu apresenta ainda a possibilidade de adesão ao cartão Amigo de Serralves que oferece descontos nos serviços disponibilizados pelo Museu, noutros museus parceiros de Serralves, nacionais e internacionais, e em serviços de outras instituições parceiras¹¹⁵.

Porém é a atividade do museu a principal responsável pelos mais de 4 milhões de visitantes que recebeu desde a sua inauguração, em 1999, como é referido pelo gabinete do seu diretor¹¹⁶, número que conhece uma aumento cada vez maior todos os anos¹¹⁷. Não possuindo uma exposição permanente, a sua programação assenta nas exposições temporárias que se debruçam sobre a sua coleção ou de divulgação de outros artistas. Estas exposições são complementadas por atividades paralelas que passam por espetáculos, reflexões e ateliês nos espaços da Fundação e mesmo no exterior, de forma a dinamizar e divulgar os artistas expositores e a sua obra. Desde a música e a dança, ao cinema, passando por colóquios, seminários e cursos, o âmbito alarga-se da arte contemporânea à arquitetura, ao ambiente e à sociedade¹¹⁸. Os destaques vão para as atividades

¹¹⁴ Ver Anexo VI, Fig. 22.

¹¹⁵ Desde restaurantes, a agências de viagens e seguradoras entre outros.

¹¹⁶ Ver questionário em anexo: Anexo IV.

¹¹⁷ Ver Anexo III, Fig. 8.

¹¹⁸ Ainda este ano (2012) o Museu recebeu a Conferência Internacional RIO +20, que se debruça sobre o desenvolvimento sustentável.

que, pelo seu impacto junto do público, contam já com uma periodicidade anual. Aqui podem ser referidos os programas destinados aos jovens e às famílias, como as “Férias de Verão em Serralves”, “Famílias em Serralves” ou “Natal em Serralves” que proporcionam uma série de atividades de animação aos participantes, bem como os grandes eventos como a “Festa do Outono”, o “Festival de Artes Performativas” ou a festa “Jazz no Parque”, todos eles de grande projeção e complementados com um programa paralelo. Mas o grande destaque vai para o evento “Serralves em Festa”, também conhecido como “Festival 40 Horas Serralves” por propor 40 horas de atividade ininterrupta, que vai já na nona edição e que é considerado o maior festival de expressão artística contemporânea em Portugal¹¹⁹. Com grande projeção nacional e internacional, é um evento com dezenas de atividades entre música, dança, teatro, cinema e artes performativas que acontecem nos espaços da Fundação e em outros espaços da cidade do Porto como o centro histórico e o aeroporto, atraindo dezenas de milhares de visitantes à região¹²⁰. A ação do Museu na economia vai ainda mais longe, potenciando diretamente o estabelecimento de indústrias criativas nos seus espaços. A este nível a Fundação do Museu desenvolveu, em parceria com outras instituições, um estudo sobre o “Desenvolvimento de um *cluster* de indústrias criativas na Região Norte”, estudo que permitiu conhecer o impacto destas atividades na economia e na sociedade e o seu potencial para o futuro da região. Daí nasceu o projeto INSERRALVES, uma incubadora de indústrias criativas que se estabeleceu nos espaços do próprio Museu, onde estas desenvolvem a sua atividade. As empresas são selecionadas tendo em conta critérios como a inovação, a criatividade, o potencial de negócio e, entre outros, o contributo para o desenvolvimento do país e da região em particular (SERRALVES). Conta já com nove empresas que se dedicam a áreas que vão desde o *design* à informática, à multimédia, ao *merchandising* ou à conservação e restauro.

Um espaço emblemático a par de uma dinâmica marcante, é importante perceber de que forma é visível o seu impacto na economia local. Os dados fornecidos pelos Censos são animadores, com exceção no que se refere à população residente, indicador que tem conhecido uma queda, sobretudo desde 1981¹²¹. A este nível será importante que a leitura se faça sobre a realidade específica do Porto, centro económico e político de uma região que lhe fornece recursos humanos, o que justificará a deslocação da população para concelhos periféricos da cidade devido à evolução da

¹¹⁹ Ver Anexo VI, Fig. 23.

¹²⁰ A última edição ficou abaixo das anteriores e contou com cerca de 75 mil visitantes.

¹²¹ Ver Anexo III, Figs. 5 e 6.

rede viária e da expansão imobiliária. De facto, a grande maioria da população que tem deixado o Porto apenas se desloca para concelhos limítrofes, onde o custo de vida é menor, continuando, no entanto, a trabalhar e a estudar nesta cidade (VAREJÃO, 2008). Já as ofertas de emprego têm conhecido um aumento gradual sobretudo no sector terciário, apesar da quebra conhecida em 2010¹²². Apesar da região de influência do Museu de Serralves ser a cidade do Porto, importa aqui reduzir a área em análise ao nível da freguesia para compreender o seu impacto no meio onde está implantado. Na freguesia, perto de 5% da população ativa trabalhava em 2005 no setor das atividades recreativas, culturais e desportivas e existia uma grande concentração de emprego no setor hoteleiro, fatores para os quais o Museu terá dado o seu contributo (OLIVEIRA E PAU-PRETO, 2009). Na avaliação do Município do Porto sobre a Base Económica do Porto Ocidental, o Museu de Serralves aparece mesmo como um dos principais polos de atratividade do Porto com destaque para as potencialidades que oferece no âmbito das atividades criativas, destacando a sua ação ao nível da potenciação destas indústrias (OLIVEIRA E PAU-PRETO, 2009, p. 9).

Para complementar os dados fornecidos pelos Censos e estudos atrás referidos, é importante compreender a perceção da própria comunidade local e dos agentes regionais de desenvolvimento. Aqui aceitaram responder ao questionário a Câmara Municipal do Porto, a Junta de Freguesia de Lordelo do Ouro, a CCDR-N e a Região de Turismo Porto e Norte de Portugal. A análise aos questionários realizados revela um reconhecimento generalizado do contributo do Museu para o desenvolvimento económico regional, principalmente na atração de visitantes à cidade e no impacto que daí advém. São ainda apontadas pela Câmara Municipal as “parcerias fortes com a rede empresarial local” e, pela Região de Turismo, “o impacto no sector das indústrias criativas e atividades associadas ao sector da cultura”. Os fatores destacados como mais importantes nesse contributo são as estratégias de *marketing* e a atividade do Museu¹²³, no primeiro caso devido ao sucesso na promoção da própria cidade e na capacidade de atração de visitantes; no segundo caso, no impacto que as atividades conseguem adquirir junto do público, com particular referência ao evento Serralves em Festa destacado pelos comerciantes consultados como o de maior contributo para a economia local. A Câmara Municipal refere ainda o sucesso das estratégias de *marketing* e de *fundraising* como responsáveis “pela captação de turistas, mecenas e parceiros”. A relação do Museu com a comunidade é também reconhecida como fator importante no desenvolvimento da região,

¹²² Ver Anexo III, Fig. 7.

¹²³ Ver Anexo V, Fig. 6.

com destaque para as suas atividades que dinamizam também o público local, atraindo-o para o gosto da arte contemporânea, e para a relação com as escolas da região que, com frequência, vêm participar em atividades do Museu. A Junta de Freguesia destaca ainda a relação do Museu com as associações e coletividades locais e com a própria Junta de Freguesia no trabalho de inclusão junto dos públicos mais carenciados, o que potencia o desenvolvimento local. No que se refere ao contributo para a atração de novos investimentos e apesar da dificuldade em estabelecer uma relação direta, há o reconhecimento relativo à abertura de novos estabelecimentos comerciais nas proximidades do museu, para o que certamente contribuiu a sua localização. No entanto, a sua atividade será indiretamente impulsionadora de um conjunto de investimentos associados à atividade cultural, com destaque para as indústrias criativas como é opinião da Câmara Municipal, e de serviços ligados ao apoio turístico por toda a região, como transparece na opinião da Região de Turismo. A atividade do Museu contribui ainda para a manutenção do comércio local cujo papel de relevo é destacado pelos próprios comerciantes locais¹²⁴. A Junta de Freguesia destaca ainda a ação dos mecenas do Museu e dos patrocinadores de diferentes atividades do museu que promovem também investimento na região.

A localização do Museu de Serralves numa região fortemente desenvolvida em termos económicos não lhe retira o protagonismo no contributo para o desenvolvimento da região. A sua criação foi fruto da ação da própria sociedade visando colmatar uma falha no âmbito cultural ao nível regional, no entanto, depressa se assumiu como um projeto nacional no sentido de afirmar a cultura portuguesa a nível internacional. Esta vontade está presente na sua missão, focada na sensibilização para a arte contemporânea e no meio ambiente, mas alarga-se na sua ação onde a reflexão sobre a sociedade e o seu desenvolvimento orienta os seus eixos de atuação. Apesar dos vinte e cinco anos de ação cultural na cidade, foram sobretudo os últimos treze anos os mais preponderantes e de onde se retiram os resultados de maior impacto na região. O museu tem uma atividade cultural importante assumindo-se hoje como um ícone para a promoção da cidade e do próprio país. A sua dinâmica é intensa e a oferta que proporciona coloca-o entre um dos principais fatores de atração de visitantes à região. Não deixa de ser curioso que os dados relativos ao emprego, particularmente na freguesia tenham tanto impacto nas áreas associadas à ação do museu. Mais do que ligar os dados dos Censos à atividade do museu, é importante a ligação que criou com os portuenses e as instituições locais para quem se revela importante na afirmação cultural, na ação junto do público escolar e dos públicos mais carenciados, mas também na economia regional, quer na manutenção do

¹²⁴ Ver Anexo V, Fig. 7.

comércio existente, quer na atração e potenciação de novos serviços. A sua ação na economia vai mais além, pela própria ação dos mecenas e parceiros que investem na sua atividade dinamizando o mercado a ela associado. Destaca-se ainda, pela sua ação no projeto INSERRALVES, enquanto elemento âncora na potenciação de novos segmentos de mercado. A sua integração em diversas redes de colaboração valoriza ainda, de acordo com a própria direção, o trabalho dos agentes turísticos, criando condições à sua expansão no mercado internacional.¹²⁵ Numa cidade onde a especialização da economia é reduzida, o Museu de Serralves ocupa uma pequena parcela no conjunto da dinâmica económica, no entanto, assume já um lugar próprio numa cidade onde o turismo assume cada vez mais importância (VAREJÃO, 2008).

Para quem hoje escolhe o Porto como destino, Serralves revela-se um espaço incontornável cuja visita aparece como obrigatória. A zona burguesa onde se situa esconde a indústria que, nas proximidades, ainda mantém algum peso apesar da crise que atualmente conhece. Serralves surge também aqui como uma instituição capaz de potenciar nova dinâmica num meio que procura alternativas para o seu próprio futuro. Numa cidade com tradição cultural e museus de renome, Serralves surgiu com a ambição de se tornar uma imagem, um cartão-de-visita capaz de potenciar toda uma região através da arte. Em poucos anos assumiu esse protagonismo, representando hoje um marco cultural de referência. Ir a Serralves é ter a certeza de que há sempre público, muito dele estrangeiro, nas exposições, no bar, no restaurante, na biblioteca ou no parque, espaços que são escolhidos pelos próprios habitantes locais para momentos de estudo ou lazer, enquanto sinónimo de qualidade de vida. Excursões escolares chegam a toda a hora. Serralves é ainda sinónimo de um hotel nas proximidades e de transportes públicos acessíveis. Mas é, acima de tudo, uma marca com valor comercial que identifica a cidade e cujos efeitos vão já muito para além da sua própria ação, representando um projeto âncora na rentabilização da própria oferta cultural da região.

¹²⁵ Ver questionário em anexo: *Anexo IV*.

d. Ecomuseu Municipal do Seixal

O Seixal é um concelho da margem Sul do rio Tejo, localizado na periferia da capital portuguesa e integrante da sua área metropolitana, que regista a maior concentração económica e populacional do país.¹²⁶ Fruto da sua situação geográfica privilegiada, este concelho sempre teve uma vocação industrial transformadora, principalmente quando associada às potencialidades oferecidas pelo estuário do rio que favoreceu aqui o desenvolvimento de uma indústria naval, de apoio à pesca e às trocas comerciais, e de moinhos de maré que dominam ainda hoje a paisagem. A inauguração da ponte sobre o Tejo favoreceu, a partir da década de 1960, a instalação de indústrias, com destaque para a Siderurgia Nacional, e o florescimento de uma zona urbana dormitório da capital.¹²⁷ Hoje com cerca de 132 mil habitantes, um dos mais povoados do país, o concelho divide-se em seis freguesias que se distribuem ao longo de 94 km². Devido à sua localização central, é um concelho bem servido em termos de acessibilidades, sejam por autoestrada, por transporte ferroviário ou fluvial que facilmente o ligam ao restante distrito de Setúbal ou à cidade de Lisboa de onde está muito próximo. A sua situação geográfica justifica também o conjunto de vestígios arqueológicos que remontam à época romana e que motivaram um levantamento do património arqueológico e etnológico, em grande parte ligado à exploração industrial.

Em 1982, nasceu pela mão da Câmara Municipal do Seixal um projeto que se viria a tornar pioneiro em Portugal, por constituir a aplicação da ecomuseologia, à área da arqueologia industrial. Fruto de um levantamento efetuado no início da década de 1980, liderado por António Nabais, o Ecomuseu Municipal do Seixal estende-se hoje por diferentes núcleos ao longo do concelho, permitindo a preservação *in situ* de alguns dos núcleos industriais mais importantes e a valorização do património que lhes está associado pela participação da comunidade (FILIPE, 2008, p. 202). Esta participação tem sido promovida através da reabilitação de atividades tradicionais e da continuidade dos saberes tradicionais, permitindo com isso a criação de riqueza pela criação de postos de trabalho e pela promoção do turismo. Desta forma, foi definido pelo próprio Hugues de Varine como um verdadeiro ecomuseu de desenvolvimento, “com um território bem definido, uma comunidade que participa de várias formas, com preocupação global de estudo histórico” constituindo “uma das experiências mais originais e inovadoras da museologia portuguesa” (NABAIS, 2002, pp. 67-68) e representando um exemplo da aplicação da museologia ao serviço da comunidade.

¹²⁶ Ver Anexo VI, Figs. 24 e 25.

¹²⁷ Ver Anexo VI, Figs. 26 e 27.

O Ecomuseu define como sua missão contribuir, através da sua atividade museal, para a transmissão das memórias coletivas e o reforço das identidades locais, mas também para estimular o desenvolvimento sustentado da região (CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL, 2001, p. 3), propondo-se para tal à investigação, conservação, documentação, interpretação, valorização e difusão “dos testemunhos do homem e do meio” reportados ao concelho do Seixal (ECOMUSEU). Assumindo a designação de ecomuseu apenas em 1983, conhece então também as linhas estruturantes do seu programa que definem a atividade referente ao concelho, a “conservação dinâmica” do património, pela sua recuperação e reutilização funcional, e a interação de forma a encontrar formas de participação da população na vida municipal (ECOMUSEU). Foi, no entanto, a partir de 1996 que, com o alargamento das suas instalações e dos meios disponíveis, o Ecomuseu viu renovadas as suas linhas programáticas aprovadas pela Câmara Municipal do Seixal, em 2001, no Programa de Qualificação e Desenvolvimento do Ecomuseu Municipal do Seixal. Aqui surge renovada a intenção de “estimular e ser instrumento do desenvolvimento sustentado da região” (CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL, 2001, p. 3). Com uma coleção que vai desde a arqueologia ao património industrial, à história e à etnografia, sobretudo a ligada à cultura flúvio-marítima, o seu acervo divide-se em três campos temáticos fundamentais: o património histórico e arqueológico, o património técnico e industrial e o património náutico e flúvio-marítimo. Possui uma equipa técnica de cerca de 45 pessoas que desenvolvem atividades desde a conservação e restauro, à educação e à investigação. Da programação do Ecomuseu merece ainda destaque a definição de certos serviços para adjudicação a empresas privadas, como é o caso da limpeza e manutenção dos espaços ou de projetos e intervenções sazonais, decorrente da sua atividade ou no âmbito da conservação e restauro. Os trinta anos de intervenção permitem já compreender de que forma tem conseguido ir ao encontro dos seus propósitos.

Como experiência inovadora no campo da ecomuseologia, o Ecomuseu desenvolve-se numa região onde domina o setor industrial, colmatando as lacunas deixadas pelo encerramento das indústrias e pelo abandono das atividades tradicionais como resultado da própria evolução da sociedade. A sua ação desenvolve-se primordialmente nos seus oito núcleos que se encontram distribuídos ao longo do concelho. Dividem-se em dois tipos: os núcleos, espaços de propriedade e tutela municipal; e as extensões, espaços de tutelas mistas com parcial aproveitamento museológico.¹²⁸ O Núcleo da Mundet, instalado nos espaços da antiga fábrica corticeira *Mundet & C.^a, Lda.* com um perímetro de cerca de 14 hectares, acolheu até 1988 aquela que chegou a ser a

¹²⁸ Ver Anexo VI, Fig. 28.

maior corticeira do país. Hoje possui uma parte musealizada, correspondente aos edifícios das antigas caldeiras, e acolhe uma interpretação ligada à indústria do concelho, com especial incidência na indústria corticeira¹²⁹. Estes espaços acolhem também exposições temporárias, para além das exposições permanentes. Neste núcleo encontram-se também instalados os serviços centrais do Ecomuseu onde se concentram, para além da Direção, os Serviços Administrativos e de Atendimento, os Serviços Educativos, o Centro de Documentação e Informação e vários serviços de inventário, estudo e investigação ligados ao património industrial e marítimo. O projeto de preservação da antiga área fabril prevê ainda, para além da musealização parcial, a dinamização de outros projetos de reutilização dos espaços edificados e de conversão urbana, como são já exemplos a utilização de algumas estruturas por parte de serviços da própria Câmara Municipal do Seixal.

O Núcleo Naval da Arrentela, instalado no sítio de um antigo estaleiro naval desativado no final da década de 1970, mantém a memória e interpretação ligada ao estaleiro e ao património flúvio-marítimo do Estuário do Tejo, por um lado, bem como preserva e transmite as técnicas artesanais de construção de modelos de barcos, por outro.¹³⁰ Estes objetivos são conseguidos pela exposição permanente “Barcos, memórias do Tejo” que acolhe, mas também pela oficina de modelismo naval que permite preservar uma atividade artesanal de construção e reparação de modelos de barcos tradicionais executados à escala, mantida por dois artífices com uma atividade permanente e através de cursos de formação. Este núcleo possui ainda três embarcações tradicionais onde é possível navegar e que são utilizados para fins didáticos, permitindo conhecer de perto as técnicas de navegação à vela, e de recreio, para passeios turísticos pelo rio Tejo.

O Núcleo da Quinta da Trindade está localizado na Azinheira, instalado na zona residencial de uma antiga propriedade agrícola, com origens medievais, onde funcionou também o mosteiro da Ordem da Santíssima Trindade.¹³¹ Nos seus espaços integra um edifício classificado como IIP e alguns serviços do Ecomuseu ligados à conservação e inventário, à arqueologia e à arquitetura. Encontra-se prevista a programação museológica dos seus espaços e do seu património, no entanto, as ações que desenvolve são maioritariamente no âmbito da investigação, além de algumas ações educativas pontuais.

¹²⁹ Ver Anexo VI, Fig. 29.

¹³⁰ Ver Anexo VI, Fig. 30.

¹³¹ Ver Anexo VI, Fig. 31.

O Núcleo da Olaria Romana da Quinta do Rouxinol pretende preservar *in situ* e musealizar as estruturas ligadas ao centro romano de produção de cerâmica que se preserva no local e está classificado como Monumento Nacional.¹³² Este núcleo aguarda a concretização do plano de interpretação e valorização, condicionando a sua ação a atividades pontuais organizadas pelos Serviços Educativos ou pelos Serviços de Arqueologia.

O Núcleo do Moinho de Maré de Corroios está localizado no moinho de maré mais antigo do concelho e espaço classificado como IIP.¹³³ Este espaço, que está na origem de outras construções similares e marcantes na paisagem ribeirinha do concelho, mantém as suas estruturas funcionais, permitindo desta forma interpretar o acervo e princípios técnicos ligados à moagem tradicional. A sua localização em simbiose com o sapal de Corroios, espaço natural protegido, atribui-lhe também uma função de interpretação e valorização do património natural seixalense, a par do património etnográfico e construído. Além da exposição permanente ligada aos sistemas de moagem tradicional, acolhe ainda exposições temporárias.

O Ecomuseu possui ainda três extensões. A extensão na antiga Fábrica de Pólvora de Vale de Milhaços, na freguesia de Corroios, cujas instalações estão classificadas como IIP e onde o Ecomuseu tem vindo a desenvolver trabalhos de levantamento e inventário do património e de conservação e reabilitação das estruturas no sentido da sua preservação *in situ* e da sua musealização.¹³⁴ Pretende interpretar o Circuito da Pólvora Negra existente nesta fábrica para produção deste material e possui já uma parte visitável, dinamizada pontualmente pelos Serviços Educativos e Serviços de Inventário e Estudo do Património Industrial que contam com a colaboração de antigos trabalhadores da fábrica. A extensão da Quinta de São Pedro, em Corroios, integra o sítio arqueológico ligado a esta antiga exploração agrícola onde tem sido estudada uma necrópole da baixa Idade Média e que constitui “uma das maiores séries antropológicas em estudo para contextos portugueses” (ECOMUSEU).¹³⁵ Embora ainda aguarde a instalação de alguns recursos interpretativos, recebe ações pontuais dinamizadas pelos Serviços Educativos e de Arqueologia do Ecomuseu. O Espaço Memória – Tipografia Popular do Seixal, o mais recente espaço dinamizado pelo Ecomuseu, localiza-se numa

¹³² Ver Anexo VI, Fig. 35.

¹³³ Ver Anexo VI, Fig. 32.

¹³⁴ Ver Anexo VI, Fig. 33.

¹³⁵ Ver Anexo VI, Fig. 34.

antiga tipografia da cidade onde se mantêm os proprietários agora na demonstração e explicação das tradicionais técnicas e saberes de uma oficina de artes gráficas.¹³⁶

No Programa de Desenvolvimento do Ecomuseu em 2001 estava ainda previsto o desenvolvimento de mais três núcleos, a Reserva Arqueológica da Quinta de São João, em Arrentela, o Lagar de Azeite da Cooperativa Agrícola de Almada e Seixal, em Amora, e o Lagar de Azeite de Pinhalzinho, na Aldeia de Paio Pires. Os núcleos e extensões do Ecomuseu Municipal do Seixal são, desta forma, uma seleção de espaços patrimoniais importantes para a história, memória e interpretação do território do Seixal, incluindo muitos espaços classificados, reabilitando atividades em declínio, integrando artífices e antigos operários entre os seus colaboradores, reabilitando o património como forma de atração turística.

Além das exposições permanentes de interpretação dos espaços e da sua antiga função, o Ecomuseu disponibiliza em alguns dos seus espaços a manutenção das técnicas e atividades tradicionais enquanto forma de interpretação, valorização e educação. O destaque vai para o Núcleo Naval, cuja oficina de modelismo naval possui dois artesãos permanentes e as embarcações tradicionais são utilizadas para fins turísticos e didáticos no rio Tejo, no Moinho de Maré de Corroios, onde o antigo moleiro mantém a sua colaboração, na Fábrica de Pólvora, onde se mantém a colaboração de antigos trabalhadores da fábrica, ou na Tipografia Popular, onde se mantêm os mestres de artes gráficas. Dinamiza ainda exposições temporárias nos seus núcleos, com destaque para o núcleo da Fábrica da Mundet e o núcleo do Moínho de Maré de Corroios, e em espaços exteriores ao museu, em colaboração com alguns parceiros, como é o caso da exposição “Amora Antiga” realizada na escola primária da Amora ou da exposição “A Arrentela e o terramoto de 1755: 250 anos de história” no Centro de Dia da Associação Unitária de Reformados de Arrentela. Algumas destas exposições passam mesmo a esfera concelhia e assumem grande relevo como é o caso da exposição “Olaria Romana da Quinta do Rouxinol”, dinamizada no Museu Nacional de Arqueologia, que proporcionou um vasto programa complementar incluindo o apoio de mestres oleiros, ou da exposição Moínhos de Maré do Ocidente Europeu, apresentada pela primeira vez no Moinho de Maré de Prat, em França (Côtes d’Armor), que percorreu já uma série de museus e instituições culturais em vários países europeus. Possui ainda exposições itinerantes que cede a outras entidades cooperantes. A dinamização dos espaços está em grande parte sob responsabilidade do Serviço Educativo que disponibiliza uma vasta oferta entre ateliês, passeios e visitas temáticas. Alguns

¹³⁶ Ver Anexo VI, Fig. 35.

exemplos demonstram a sua capacidade de atração junto do público mesmo quando este procura momentos de lazer. É o caso dos passeios “MMC – Mais moinhos para conhecer”, que permite um passeio no Tejo num bote de fragata ao longo de vários moinhos de maré do concelho, e “Tripular uma embarcação tradicional do Tejo”, que permite aos participantes a experimentação de diversas manobras a bordo de uma embarcação tradicional à vela com o apoio da tripulação, ambos destinados a qualquer grupo organizado, escolar ou não. É também o caso das visitas temáticas que, para além dos espaços do Ecomuseu, incluem roteiros pelo património seixalense, como são exemplos os percursos “A Pé Pela Amora”, “A Pé Pelo Seixal” e “Conhecer Melhor... Espaço, Simbolismo e Arte na Igreja Paroquial de Arrentela”, previstos até ao final do ano 2012. Embora com grande vocação pedagógica e grande ação sobre as escolas do concelho, a capacidade científica e trabalhos de investigação que incorpora desde a sua criação estão também na base do prestígio e imagem que este museu detém e que são parte da sua atração, o que está presente no grande número de publicações que já editou, uma das quais de periodicidade semestral, que são também importantes para a divulgação do próprio Ecomuseu. Esta divulgação assenta também nos projetos e parcerias em que se integra a nível nacional e internacional. O Ecomuseu integra duas redes (RPM e Rede Portuguesa de Moinhos), sete organizações (tais como o ICOM, a TICCIH e a ADCR entre outras), o Projeto EQUAL – Rotas de Cerâmica, o Projeto Moínhos de Maré do Ocidente Europeu, bem como protocolos e parcerias com outros museus e instituições científicas e do Ensino Superior. Destaque aqui ainda para a lista de amigos e doadores, em grande parte voltada para o contacto com a comunidade local. Especial relevo assume ainda uma ação que assumiu uma periodicidade anual e conta já com seis edições de sucesso designada como Maio Património. Juntando ao seu aniversário a comemoração de outras efemérides, como o Dia Internacional dos Museus e a Noite dos Museus entre outras, o Ecomuseu cria um programa que se distribui ao longo de vários dias, dinamizando os seus espaços com eventos como ateliês, encontros internacionais e espetáculos de música, entre outros, de forma a aproximar-se de diferentes públicos com especial incidência sobre a população local.¹³⁷

Como projeto inovador que se afirmou no contexto museológico, tem conseguido uma posição de relevo e, através do marketing e da divulgação científica, promovido a sua ação, o que em muito contribui para a divulgação do Seixal. A análise dos Censos permite verificar um grande aumento da população desde 1960¹³⁸, o que se verifica um pouco por toda a margem Sul do Tejo. No

¹³⁷ Ver Anexo VI, Figs. 36 a 38.

¹³⁸ Ver Anexo III, Figs. 9 e 10.

entanto, apesar do encerramento de algumas indústrias, com destaque para a fábrica corticeira da Mundet¹³⁹ e a Siderurgia Nacional¹⁴⁰, duas das maiores da região, esse crescimento tem-se mantido na última década. Já a análise da média anual de ofertas de emprego dá conta de um aumento apenas no setor terciário¹⁴¹, precisamente o setor intimamente ligado à atividade do museu, embora aqui esse crescimento apenas se tenha verificado até 2009. Neste último caso podemos complementar com os dados fornecidos pela Área Metropolitana que apresentam uma evolução positiva relativamente ao número de estabelecimentos comerciais retalhistas e na capacidade de alojamento hoteleiro do concelho, sinónimo de aumento de oferta¹⁴². A confirmação do contributo do Ecomuseu para os dados analisados surge da própria comunidade local e dos agentes regionais de desenvolvimento. Neste caso aceitou responder ao questionário a Associação de Comércio e Serviços do Distrito de Setúbal – Delegação do Seixal (ACSDS).

A análise aos questionários realizados permite concluir por uma opinião positiva generalizada sobre o contributo do Ecomuseu no desenvolvimento do concelho, principalmente no que se refere à promoção turística e, na opinião da ACSDS, dos estabelecimentos comerciais existentes junto dos diferentes núcleos do museu. Na perspetiva da comunidade, as estratégias de marketing assumem, por isso, uma importância crucial na ação do ecomuseu¹⁴³, que se revela a grande atração do concelho para o meio turístico e que motiva a dinâmica de visitantes, principalmente visível ao fim-de-semana. A sua atividade, no entanto, é também destacada pela ACSDS pela oferta cultural que proporciona a turistas e habitantes locais. Na relação com a comunidade, destacam-se as relações com as pequenas comunidades ligadas às atividades tradicionais e das indústrias musealizadas, o que permite dinamizar espaços que, de outra forma, estariam abandonados. É também referida a relação próxima com as escolas do concelho e algumas atividades de dinamização, sendo destacados por uma habitante os concertos, destinados não apenas a turistas mas também aos habitantes locais. Quanto ao investimento económico, é unânime a afirmação de que não têm havido novos

¹³⁹ Musealizada logo após o seu encerramento e que corresponde hoje ao núcleo central do EMS.

¹⁴⁰ Esta empresa marcou o processo de industrialização do Seixal e encerrou em 2001, ao fim de mais de 40 anos de funcionamento.

¹⁴¹ Ver Anexo III, Fig. 11.

¹⁴² Ver Anexo III, Fig. 12.

¹⁴³ Ver Anexo V, Fig. 8.

investimentos, mas que o museu é importante na manutenção dos que existem, garantindo a continuidade desses postos de trabalho e desse rendimento local¹⁴⁴.

O Ecomuseu Municipal do Seixal foi um projeto que animou o meio museológico, motivando o interesse e a reflexão dos especialistas como projeto de desenvolvimento local. Ao fim de três décadas de funcionamento, esses efeitos, dissimulados entre os dados dos Censos, são evidentes no seio da população que, embora saudosa dos tempos de crescimento industrial, reconhece a importância do Ecomuseu para atenuar os efeitos negativos provocados pelo encerramento das fábricas mais importantes e o abandono das atividades tradicionais. Apesar de muitos dos seus núcleos estarem ainda em fase de desenvolvimento ou de não terem sequer avançado no terreno, a sua ação deixa evidentes impactos positivos em termos culturais, pela preservação e dinamização do património, em termos sociais, pelo reforço da memória coletiva e pela dinamização das atividades tradicionais, e em termos económicos, revelando-se um instrumento fundamental de promoção do concelho e de atração de turistas. O prestígio e imagem que este museu representa pelo seu historial e pela capacidade científica e pedagógica que detém, tem-lhe permitido captar novos visitantes numa zona onde a promoção de um turismo cultural é difícil à partida, dada a riqueza que a capital ali tão próxima apresenta a esse nível. Mas ao valorizar a riqueza natural do Estuário do Tejo aliada ao património cultural, o Ecomuseu apresenta trunfos importantes para a atração de público, rentabilizados pelas experiências que proporciona de contacto direto com o património, como são exemplos importantes os passeios de barco. Trata-se de uma estratégia de desenvolvimento regional a partir dos seus recursos endógenos que contribui para a melhoria das condições de vida da comunidade local.

Região de grande desenvolvimento industrial, o concelho do Seixal tem conhecido grandes modificações na sua estrutura económica com o encerramento de importantes empresas, o que tem conduzido a um crescimento do setor terciário. É neste setor que os museus exercem um impacto mais evidente por representarem um meio de atração de visitantes, pelo que o Ecomuseu Municipal do Seixal revela-se uma estrutura importante na nova ordem económica do concelho. Isso é visível a quem visita o Seixal que frequentemente encontra autocarros de excursões para visitar o museu, participar nas suas atividades ou usufruir dos passeios de barco que o museu disponibiliza. A proximidade dos principais núcleos com o centro do Seixal e com o Estuário do Tejo facilmente convidam o visitante a dar um passeio, entrar nos estabelecimentos comerciais, usufruir de outros

¹⁴⁴ Ver Anexo V, Fig. 9.

serviços. A reabilitação e preservação destes espaços, centrais no meio urbano do concelho, permitiu criar espaços de lazer e de agradável fruição. A proximidade de Lisboa pesa na capacidade de ação do Ecomuseu e talvez justifique a baixa capacidade hoteleira da cidade. Essa proximidade, no entanto, tem também sido alvo de atenção pelo Ecomuseu que encontra aí muito do seu público potencial, quer entre residentes, quer entre turistas que, ali tão próximo, encontram uma realidade própria, diferente. Esta proximidade permite ainda uma ação no âmbito da qualidade de vida, pela reabilitação urbana, pela oferta de serviços, pela dinâmica cultural, dinamizando um território que é também dormitório da capital portuguesa e contribuindo para a fixação de população.

e. Museu de Mértola

Mértola foi durante séculos um meio comercial dinâmico proporcionado pela situação privilegiada de último porto no limite navegável do rio Guadiana (BOIÇA, 1999, p. 11). Longe desses tempos áureos, é hoje um pequeno concelho rural do Alentejo profundo, localizado na fronteira com Espanha e afastado dos grandes centros e das principais vias de comunicação, sendo a E.N 122 entre Beja e Castro Marim a sua via mais importante. Economicamente assente no setor primário, com destaque para as atividades agrícolas, conhece um acelerado despovoamento a partir das décadas de 1960 e 1970, pela fuga de recursos humanos rumo às zonas industriais da capital (TORRES, 2009), deixando ao abandono ambientes e espaços que durante eras foram de central importância económica e social. Além da riqueza arqueológica e etnográfica, Mértola possui uma enorme riqueza ambiental que a coloca no centro do Parque Natural do Vale do Guadiana.¹⁴⁵

Precisamente dessa riqueza patrimonial surgiu o interesse de um conjunto de investigadores de Lisboa em criar um museu que permitisse preservar e valorizar os bens arqueológicos. Mas a arqueologia revelou-se apenas a base para uma museologia ativa, participante e participativa onde a comunidade foi envolvida desde o primeiro momento, descobrindo nesta ciência o seu elo de ligação com o passado e a sua identidade. A criação dos primeiros núcleos está na origem da “Vila Museu”, um projeto de investigação e musealização despoletado pelo interesse de Cláudio Torres e Serrão Martins sobre a riqueza arqueológica da vila, sobretudo no que se refere à época áurea da dominação islâmica.¹⁴⁶ Através deste projeto pretendeu-se interpretar a realidade histórica e a memória coletiva a partir de diversos núcleos interpretativos que permitam a sua rentabilização social e económica (NABAIS, 2002, p. 69). A base de criação do projeto museológico de Mértola assentou também na ideia de promoção da região através das valências culturais que individualizam aquela região, de forma a chegar ao visitante em busca de diferentes realidades culturais. Assentou ainda na ideia de que as potencialidades da região se encontram na riqueza cultural, onde se destacam o património ambiental, edificado e arqueológico (TORRES, 2009, pp 63-64). Logo aí o projeto procurou o envolvimento da população enquanto parte importante de interpretação do património. O projeto foi-se então desenvolvendo, pela investigação, preservação e posterior valorização de espaços e objetos ganhando um sentido de resposta às necessidades da própria comunidade, da sua memória e sentimento de pertença, mas também de desenvolvimento

¹⁴⁵ Ver Anexo VI, Fig. 39.

¹⁴⁶ Ver Anexo VI, Fig. 40.

económico e de qualidade de vida. É desta forma que o projeto *Mértola Vila Museu* assume um papel de desenvolvimento da comunidade, preenchendo as necessidades culturais e sociais da população, mas também económicas através da atração de visitantes e da promoção da região por meio da musealização. Assente nas suas potencialidades endógenas, o Museu desenvolveu desta forma a base para um turismo cultural que beneficiasse a economia regional. Os primeiros passos do projeto foram dados pela autarquia que promoveu as primeiras escavações ainda na década de 1970, servindo esta ação de base ao projeto que arranca de forma definitiva com a criação da Associação de Defesa do Património de Mértola (ADPM), independente do poder político e reconhecida como de utilidade pública (TORRES, 2001^a, p. 23). Tendo inicialmente uma vertente de defesa do património ambiental e cultural, conhece a partir de 1985 grande credibilidade científica no âmbito da investigação arqueológica, o que levou à autonomização desta secção através da criação do Campo Arqueológico de Mértola (CAM), ficando a associação ligada apenas ao património natural. Os trinta anos do projeto *Mértola Vila Museu* trouxeram-lhe prestígio e reconhecimento entre a comunidade científica e permitem já tirar algumas conclusões sobre a sua eficiência quanto aos propósitos de desenvolvimento.

Desde o início do projeto que se foram desenvolvendo diferentes núcleos museológicos pela ação da ADPM e do CAM em colaboração com a Câmara Municipal e a comunidade local. O Museu de Mértola foi criado em 2004 enquanto estrutura municipal de gestão dos diferentes núcleos museológicos e de coordenação com o CAM que, apesar da sua independência, não está alheio à atividade do museu, valorizando a riqueza cultural que este tem para oferecer através do seu trabalho científico. A sua ação desenvolve-se principalmente na vila de Mértola onde se encontram a maioria dos seus dez núcleos.¹⁴⁷

O Núcleo da Basílica Paleocristã, localizado em Mértola, é um moderno espaço arquitetónico que acolhe no seu interior as ruínas de uma grande basílica funerária paleocristã.¹⁴⁸ Esta basílica terá funcionado entre os séculos V e VIII e terá sido construída sob uma necrópole romana e pré-romana, sendo ainda utilizada posteriormente como cemitério muçulmano. A sua exposição permite conhecer as principais linhas arquitetónicas da basílica e o espólio que ainda conserva e onde se destaca a coleção lapidar com dezenas de lápides epigrafadas.

¹⁴⁷ Ver Anexo VI, Figs. 41 e 42.

¹⁴⁸ Ver Anexo VI, Fig. 43.

O Núcleo da Achada de São Sebastião localiza-se no pátio da Escola Secundária de Mértola e resulta da escavação e musealização, aquando da construção dos edifícios da escola, de uma grande necrópole romana e tardo-romana escavada na rocha e a capela de São Sebastião, aí implantada no século XVI.¹⁴⁹ Pode-se visitar uma parte do cemitério e a capela, recuperada para receber uma exposição com espólio resultante das escavações. De referir ainda a participação dos alunos de arqueologia da Escola Profissional Bento de Jesus Caraça na reconstrução da capela para instalação do museu. O Núcleo Romano é também resultante de uma intervenção arqueológica que antecedeu obras no subsolo do edifício da Câmara Municipal e que pôs a descoberto as ruínas de uma habitação romana.¹⁵⁰ A musealização do sítio permitiu interpretar o espólio aí encontrado e outro associado ao mesmo contexto cultural e temporal, algum do qual proveniente do Museu Nacional de Arqueologia.

O Núcleo Islâmico, um dos mais importantes do Museu por albergar a mais importante coleção de arte islâmica de Portugal, localiza-se junto às instalações do CAM, no edifício dos antigos celeiros da Casa de Bragança.¹⁵¹ Ao longo de dois pisos são apresentados os mais interessantes elementos desta coleção, com destaque para o espólio cerâmico cujos motivos decorativos influenciarão mais tarde a azulejaria quinhentista. Próximo do anterior fica o Núcleo de Arte Sacra, instalado na Igreja da Misericórdia.¹⁵² Esta igreja, construída no século XVI sobre a porta de acesso ao porto antigo e medieval, acolhe hoje uma exposição com o acervo de arte sacra cristã, muito do qual proveniente das diversas igrejas do concelho. Além das obras de arte de estatuária, pintura e alfaia religiosas existe uma interpretação da procissão do Senhor dos Passos, que se realiza anualmente pela Vila.

O Núcleo da Forja do Ferreiro, resulta da musealização de uma oficina, já desativada, onde se preservam os equipamentos e a memória ligada ao trabalho tradicional do ferro.¹⁵³ O Núcleo de Tecelagem, em pleno centro da Vila, localiza-se numa tradicional oficina de tecelagem que, a cargo de uma cooperativa de tecedeiras, preserva a tradição da tecelagem de mantas de lã cujos motivos decorativos têm origem em antigas tradições berberes e se encontram frequentemente impressos

¹⁴⁹ Ver Anexo VI, Fig. 44.

¹⁵⁰ Ver Anexo VI, Fig. 45.

¹⁵¹ Ver Anexo VI, Fig. 46.

¹⁵² Ver Anexo VI, Fig. 47.

¹⁵³ Ver Anexo VI, Fig. 48.

em materiais arqueológicos.¹⁵⁴ A cooperativa dinamiza ainda uma formação contínua de tecedeiras que aqui aprendem a arte da tecelagem da lã e do linho. Este núcleo, além de museu vivo, onde as tecedeiras exercem a sua atividade, possui também uma exposição de antigos instrumentos ligados à tecelagem da lã e do linho e de tecidos produzidos na oficina e nos povoados serranos do concelho. A cooperativa, além da sua oficina, possui ainda peças para venda escoando desta forma a sua produção.

O Núcleo do Castelo, na Torre de Menagem, aproveita a sala de armas desta estrutura para exposição de elementos arquitetónicos recolhidos na vila e arredores atribuíveis ao período dos séculos VI a IX, período de domínio da decoração visigótica.¹⁵⁵ Este núcleo tem prevista a musealização de uma outra sala no interior da Torre de Menagem para acolher uma exposição dedicada à história da fortaleza, bem como a criação de um espaço de exposições temporárias no recinto do castelo.

Por fim, há dois núcleos que se localizam fora da vila de Mértola. O Núcleo da Casa do Mineiro, na Mina de São Domingos, pretende recriar o espaço de vivência de uma família mineira, espaço de 16 m² que servia de abrigo a famílias de vários elementos, explorando os objetos, memórias e símbolos ligados à sua vida diária.¹⁵⁶ Este núcleo possui ainda um Centro de Documentação enquanto espaço de recolha da memória pelo tratamento, estudo e preservação da documentação associada ao complexo mineiro e à comunidade mineira¹⁵⁷. O mais recente núcleo foi inaugurado a 21 de Junho de 2012, na localidade de Alcaria de Javazes. O Núcleo de Alcaria de Javazes ocupa uma casa da aldeia, outrora habitada, à qual se juntou um novo edifício de exposição.¹⁵⁸ É fruto de uma parceria com um particular, Orlando José, que cedeu parte do espólio. Este núcleo apresenta uma coleção de pequenas histórias e memórias de tempos idos traduzidos numa casa tradicional, com pátio, poço e forno, e em diversos objetos da vida quotidiana de diversas proveniências.

¹⁵⁴ Ver Anexo VI, Fig. 49.

¹⁵⁵ Ver Anexo VI, Fig. 50.

¹⁵⁶ Ver Anexo VI, Fig. 51.

¹⁵⁷ Aquando da sua instalação, a comunidade foi convidada a contribuir com documentação e espólio.

¹⁵⁸ Ver Anexo VI, Fig. 52.

A atividade do museu assenta sobretudo na investigação e na divulgação científica e pedagógica que promove em conjunto com o CAM e que permitem a promoção das suas coleções e, ao mesmo tempo, do próprio concelho. A este nível, o Museu está inserido em vários projetos de investigação, como o projeto “A Cerâmica Islâmica de Mértola” com vista ao estudo da coleção de cerâmica ou o projeto “MERCATOR – Route des Merchands, Ville des Marchés en Méditerranée”, um projeto internacional de estudo e valorização das antigas redes e cidades mercantis que está já na base da criação de uma rede de museus. Além das exposições permanentes que cada núcleo possui, o Museu tem promovido um conjunto de exposições temporárias, algumas das quais itinerantes, que permitem divulgar o conhecimento científico e o território de Mértola. O Museu contribui também com o seu espólio para participação em outras exposições temporárias, em território nacional e internacional, marcando as peças do museu presença em países como Espanha, França, Itália, Marrocos ou Brasil e em instituições como O Museu Nacional de Arqueologia, a Fundação Calouste Gulbenkian, o Institut du Monde Arabe de Paris, o Palácio de Carlos V de La Alhambra em Granada (Museu de Belas Artes de Granada), o Centro Cultural do Banco do Brasil, no Rio de Janeiro, ou o Musée d’Art Religieux de Fourvière, em Lyon. Há também um conjunto de atividades que são desenvolvidas no sentido de dinamizar os diferentes núcleos do Museu. Os Serviços Educativos desenvolvem um programa que envolve outros setores da autarquia e que tem uma ação primordial junto dos professores e agentes educativos, ação de que resultou, por exemplo, a maleta pedagógica do período islâmico e a implementação de um circuito de visitas autoguiadas bem como algumas ações de formação. Além do roteiro criado pelos próprios núcleos pela vila de Mértola, o Museu criou também o Circuito de Visitas da Alcáçova que permite visitar um conjunto de vestígios patrimoniais no interior da área do Castelo. À atividade do Museu junta-se a ação do CAM cuja relação é indissociável e que desenvolve uma vasta atividade científica traduzida em intervenções arqueológicas, atividades educativas, projetos de investigação e formação científica e em programas de estágios profissionais, curriculares e académicos. Desta atividade resulta já um extenso mural de publicações científicas, algumas das quais são parte do acervo da própria Loja do Museu, bem como a criação de cursos ligados à área do património na Escola Profissional Alsud, em Mértola (ALSUD). É também da atividade do CAM e do Museu que resulta o Festival Islâmico, uma das atividades mais importantes da agenda municipal cuja realização bianual é motivo de grande atração de visitantes. Este festival explora a herança islâmica da vila e apresenta uma recriação de ambientes e espaços da época islâmica da região.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Ver Anexo VI, Figs. 53 e 54.

Esta intensa atividade científica e de promoção do património colocou definitivamente Mértola no mapa do turismo cultural, atraindo os mais de 25 mil visitantes que alguns dos seus núcleos vão conhecendo anualmente¹⁶⁰ e que, sob o pretexto da arqueologia e do património vêm conhecer a região. A análise aos Censos revela uma acentuada perda de população desde a década de 1960, perda que se começa a atenuar a partir de 1980¹⁶¹, época em que o projeto Mértola Vila Museu dá os seus primeiros passos. Na análise aos indicadores económicos, verifica-se uma tendência de aumento constante das ofertas de emprego no setor terciário¹⁶², que por norma é o que mais beneficia da atividade dos museus. Neste caso em concreto, é possível estabelecer uma relação com a atividade do museu pela existência de dados que permitem ligar este aumento à instalação de novas unidades de apoio ao turismo, nomeadamente no âmbito do comércio, hotelaria e restauração, o que se vem verificando a partir da década de 1980 (RAFAEL, 2010, p. 60). A confirmação surge ainda da própria comunidade local e dos agentes regionais de desenvolvimento. Neste caso aceitaram responder ao questionário a Agência Regional de Desenvolvimento do Alentejo S.A., a Associação do Comércio, Serviços e Turismo do Distrito de Beja (ACSTDB) e a Entidade Regional de Turismo do Alentejo.

A análise dos questionários realizados revela uma consciência dos problemas do concelho em termos de despovoamento e de baixo desenvolvimento económico, sendo o Museu visto como um trunfo para o desenvolvimento do turismo. Reconhece-se, por isso, o seu papel na atração de visitantes, principalmente estrangeiros, sendo mesmo apontado por um comerciante como a única atração do concelho a par das reservas de caça. A ACSTDB vê o Museu como uma forma de potencializar as “dinâmicas comerciais” de Mértola e a Região de Turismo identifica-o como uma âncora no desenvolvimento do turismo cultural do concelho, afirmando que “Mértola-Vila Museu é a principal marca do concelho e tem tido bastante visibilidade” no exterior. O impacto da coleção, as estratégias de marketing e a atividade do museu são apontados como os fatores que mais importância desempenham nessa promoção¹⁶³, destacando-se a riqueza do património arqueológico, a sua promoção feita pelo Museu e pelo CAM, em meios científicos e na comunicação social, e algumas atividades onde assume especial relevo o Festival Islâmico. A Região de Turismo realça em

¹⁶⁰ Ver Anexo III, Fig. 13.

¹⁶¹ Ver Anexo III, Figs. 14 e 15.

¹⁶² Ver Anexo III, Fig. 16.

¹⁶³ Ver Anexo V, Fig. 10.

particular a singularidade da coleção, única em alguns aspetos, revelando-se por si um trunfo na atração de visitantes a distribuição dos vários núcleos pela vila e pelo concelho, possibilitando aos visitantes permanecer na região e “ter mais oportunidades de consumo”. Na relação com a comunidade são indicadas algumas atividades organizadas de forma a motivar a sua participação, nomeadamente através das associações que deram, inclusive e de acordo com um comerciante, origem a alguns dos núcleos do museu. A relação com a comunidade escolar é também realçada pela Região de Turismo. O reconhecimento estende-se ainda ao contributo do Museu na atração de novos investimentos, sendo do reconhecimento geral que a sua atividade tem sido fundamental na manutenção do comércio existente, mas também na motivação para novos investimentos, nomeadamente na restauração e hotelaria¹⁶⁴. A Agência de Desenvolvimento Regional do Alentejo realça as oportunidades que a atração de visitantes tem potenciado, quer no âmbito do turismo, quer no da investigação. Merece aqui destaque a unidade hoteleira alvo do questionário, precisamente designada de Hotel Museu que, recentemente construída, é fruto do aumento de clientes da residencial que os seus proprietários possuem nas imediações. A construção do hotel motivou a intervenção do CAM na realização de escavações arqueológicas, revelando espólio ligado a um bairro residencial islâmico e, por baixo deste, um armazém do período romano. Perante esta descoberta, o projeto do hotel conheceu alterações no sentido de incluir a instalação de um museu no seu interior, organizado pelo CAM, com uma interpretação do trabalho arqueológico realizado e parte do acervo por ele revelado, valorizando desta forma o próprio hotel na oferta aos seus clientes.¹⁶⁵

O Museu de Mértola é um projeto em que a investigação científica assume claramente uma vertente de desenvolvimento, pela valorização do património local. Essa valorização teve como estratégia fundamental o envolvimento da comunidade local, que reconhece, hoje, cada vez mais, as potencialidades do projeto, tornadas evidentes pelo protagonismo que a vila foi ganhando no exterior e o aumento, cada vez maior, do número de visitantes aos núcleos do museu. Neste projeto, a investigação científica revela-se também um fator de atração de um público específico, também ele um meio de promoção regional pela divulgação científica. A realização de estágios, formações e de programas de voluntariado pelo CAM em conjunto com o Museu, fruto de parcerias com instituições de ensino técnico e superior, são fator de atração de habitantes temporários que dão nova vida à Vila. A própria coleção do museu, pelo valor científico e pedagógico que possui, mostra-se aqui um

¹⁶⁴ Ver Anexo V, Fig. 11.

¹⁶⁵ Ver Anexo VI, Fig. 55.

recurso importante, por um lado, ao cativar a atenção do público que procura compreender o passado, por outro, ao estabelecer um elo com a comunidade local por representar testemunhos da sua própria identidade. A ação do Museu permitiu obras de reabilitação urbana para preservação do património, permitiu criar um roteiro ao longo de toda a vila, e mesmo pelo concelho, e divulgar o nome de Mértola a nível nacional e internacional.

A visita a Mértola revela-se uma experiência magnífica de descoberta do património. Por todo o lado as influências moçárabes fazem-se descobrir e revela-se a grandiosidade de outros tempos, pelo castelo, pela muralha, pela antiga mesquita. O percorrer da vila vai revelando os núcleos do Museu como partes integrantes do conjunto, os quais revelam no interior a riqueza das suas coleções. O projeto Mértola Vila Museu é um exemplo de como o património pode ser um recurso endógeno fundamental para o desenvolvimento de uma região, valorizando-o através da museologia como forma de potenciação do turismo cultural. Os efeitos não são imediatos, é um projeto a médio e longo prazo, mas permite um desenvolvimento integrado e sustentável, com vantagens culturais, sociais e económicas para a sua região, garantindo a preservação dos recursos geradores da riqueza regional, proporcionando desta forma a melhoria das condições de vida da população. O envolvimento da comunidade, mesmo que difícil, revela-se fundamental e, se ao início há desconfiança, com o tempo vem o reconhecimento de como um projeto museológico traz evidentes vantagens. Quem vive em Mértola sabe que, sem o Museu, não eram apenas os funcionários do Museu e do CAM que ficariam sem emprego e abandonariam a região. Seriam também todos os que trabalham nos setores de apoio ao turismo e que, desta forma, se fixaram em Mértola. A ideia de criar pequenos museus de sítio, próximos das pessoas e obrigar os visitantes a ficar mais tempo, a contactar com as pessoas e a consumir na região, é revelada pelo próprio Cláudio Torres¹⁶⁶, o grande fundador do projeto *Mértola Vila Museu* que se revela satisfeito com os resultados alcançados, principalmente ao nível do turismo de investigação e manifesta a manutenção do entusiasmo por um projeto em desenvolvimento com os novos núcleos que estão já em estudo, como o Museu dos Sabores e o Núcleo da Achada de São Sebastião.

¹⁶⁶ Esta revelação é fruto de uma conversa informal com o próprio Cláudio Torres.

f. O projeto do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena

Os museus atrás analisados permitiram compreender como pode um projeto museológico exercer um importante impacto económico na sua região de implantação. Seja qual for a sua realidade geográfica ou o tipo de coleção que possui, o museu pode constituir um importante fator de desenvolvimento económico, a par do desenvolvimento cultural e social que consegue proporcionar. Fundamental, antes de mais, é que o desenvolvimento da região seja um objetivo impresso na sua missão e nos seus propósitos, tal como se verificou nos museus abordados onde estava presente desde o primeiro momento. Ainda fundamental é a sua relação com a comunidade local, enquanto agente ativo de valorização do próprio museu e da sua coleção. A comunidade deve, aliás, ter presença permanente na ação do museu para que possa conhecer e reconhecer a importância da sua atividade, mesmo quando tal se revele um trabalho difícil. É também importante que a atividade do museu tenha por princípio a divulgação, sob risco de perder a sua atratividade. Seja pela atividade científica, mais presente na ação do Ecomuseu Municipal do Seixal e do Museu de Mértola, seja pela vertente do turismo cultural, mais presente na ação do Ecomuseu do Barroso e no Museu de Serralves, a atividade do museu deve ir ao encontro do visitante, elemento a quem se destina o conhecimento e a experiência museológica que a coleção pode proporcionar. A inclusão em projetos e parcerias de investigação, em roteiros e redes turísticos e culturais e o trabalho com outras instituições culturais, académicas ou com agentes turísticos é um trabalho fundamental que deve nortear a ação do museu. Por fim, é importante que a oferta do museu seja cativante. Quando se desloca, o visitante espera uma experiência fascinante, que o preencha e que desperte a vontade de regresso. Seja pela criação de roteiros pelos seus diferentes núcleos, como acontece com o Ecomuseu do Barroso, o Ecomuseu Municipal do Seixal e o Museu de Mértola, seja por uma oferta alargada dentro dos seus espaços, como no Museu de Serralves, é importante que o visitante prolongue a sua visita e regresse. Com este trabalho, o museu conseguirá cumprir as suas funções de estudo, salvaguarda, exposição e valorização da coleção, pela dimensão de público a que consegue fazê-la chegar. Os restantes impactos vêm a partir daqui, com a reabilitação urbana para acolhimento dos visitantes, com o aumento do consumo no comércio local, com os novos investimentos e novos empregos daí resultantes, com a atração de novos serviços, novos habitantes e a melhoria da qualidade de vida na região. Embora lentamente, pois são projetos cujos resultados surgem a médio e longo prazo, em todos os museus analisados houve um impacto considerável para a economia regional, pela colocação da sua região no mapa cultural e do lazer, pela criação de novas potencialidades económicas, pelo impulso fornecido ao comércio e pequena indústria, por contribuir para uma nova realidade económica diferente da tradicional mas importante para o futuro da região.

É também com esta visão que surge o projeto do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena¹⁶⁷. O concelho de Ribeira de Pena é um concelho de fronteira entre o Minho e Trás-os-Montes marcado pelas influências serranas do Alvão e do Barroso, em contraste com as influências do próspero vale do Tâmega.¹⁶⁸ Estas influências estão marcadas no seu património natural, de paisagens únicas e inesquecíveis. Mas há também a herança cultural, recheada de simbioses que se refletem na arquitetura, na etnografia, na identidade do povo ribeirapense. Não obstante toda esta riqueza patrimonial, o concelho encontra-se num processo de acelerado despovoamento¹⁶⁹, fruto da perda de rentabilidade do setor primário enquanto principal fonte de rendimentos da população local e da incipiente implantação de outros setores capazes de gerar rendimento e emprego como forma de fixar população. Gente de forte ligação à terra e ao que a tradição ensinou, é com saudade que recordam outros tempos, difíceis sim, mas onde o trabalho dava os seus frutos e o convívio a sua alegria.

Ciente das vantagens de uma estrutura que vá ao encontro das necessidades de memória e de reencontro, mas também de desenvolvimento da comunidade, a Câmara Municipal de Ribeira de Pena encontra-se a desenvolver o Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena, um projeto que se apresenta como “um museu dos ribeirapenses” (ECOMUSEU). Às necessidades de gestão do património cultural e ambiental, pretende desta forma aliar as de valorização das atividades tradicionais e atração de população, utilizando os recursos endógenos da região, nomeadamente o património ambiental, histórico-artístico e etnográfico, potenciando-o através da museologia de forma a conseguir criar condições de riqueza, de fixação da população e de melhoria da qualidade de vida dos habitantes locais. Na sua apresentação, o Ecomuseu apresenta-se como um museu “onde os ribeirapenses se identifiquem” ao mesmo tempo que constitui uma estrutura que promova “o desenvolvimento da sua comunidade e do seu território” (ECOMUSEU). Propõe-se por isso identificar, preservar e divulgar os elementos da cultura ribeirapense e do meio onde se insere. A comunidade assume, também aqui, um fator fundamental para que o Ecomuseu consiga atingir os seus objetivos já que é ela própria a sua área de intervenção enquanto elemento indissociável da ligação entre o património e o seu território. Nesse sentido, após a apresentação do projeto na XIII Feira do Linho, principal certame de produtos regionais realizado no concelho, em 2012, foi

¹⁶⁷ Ver Anexo VII

¹⁶⁸ Ver Anexo VI, Fig. 56.

¹⁶⁹ Ver Anexo III, Figs. 17 e 18.

desenvolvida uma atividade no âmbito deste projeto que tem privilegiado o contacto com os ribeirapenenses, dando-o a conhecer paralelamente ao levantamento de património que vai sendo desenvolvido no seio da comunidade. Esta apresentação na Feira do Linho, marcou decisivamente a relação primordial com o seu meio enquanto produto regional, nascido da vontade local.¹⁷⁰ Foi ainda criado um *blog* na Internet que permite divulgar o projeto e, em particular, apresentar à comunidade a sua evolução. Numa ação designada “Ao encontro da comunidade”, a apresentação seguiu depois pelas sete freguesias do concelho onde foram chamadas as coletividades e alguns agentes de intervenção social e económica local. O projeto foi ainda apresentado no Porto Canal de forma a alargar a sua divulgação.¹⁷¹ A equipa técnica constituída para o desenvolvimento do projeto estabeleceu também uma ação de dinamização do património ribeirapenense enquanto forma de promoção do projeto. Neste sentido, têm sido dinamizadas exposições nos núcleos museológicos da Câmara Municipal onde é também apresentado o projeto do Ecomuseu.¹⁷² Têm ainda sido dinamizados roteiros culturais, nomeadamente o Roteiro dos Monumentos inaugurado no âmbito do Dia Internacional dos Monumentos e Sítios, o Roteiro Camiliano e o Roteiro do Linho, ambos dinamizados no âmbito do Dia Internacional dos Museus.¹⁷³ Tem sido também desenvolvido um conjunto de contactos com diferentes instituições no sentido de criação de futuras parcerias, integração em diferentes redes culturais e em roteiros turísticos. É o caso da RPM, que acompanha o projeto desde o seu início, a participação no Workshop “Uma Rede de Museus para o Norte” e a ligação a diferentes museus nacionais e internacionais, existindo já, fruto desses contactos, planos de criação de uma rede de museus escolares. Destaque aqui para a relação com o Centro de Estudos Camilianos com o qual têm sido já coordenadas atividades de dinamização da Casa de Camilo – Friúme e do Roteiro Camiliano em Ribeira de Pena. Também a ligação à Região de Turismo do Porto e Norte de Portugal, a diferentes instituições ligadas ao turismo cultural, com destaque para o INATEL, com o qual se articularam já alguns programas, e com instituições do ensino superior com vista à criação e desenvolvimento do Centro de Estudos do Ecomuseu, destacando-se aqui a ligação à Universidade Fernando Pessoa.¹⁷⁴ Da relação com as associações, cooperativas e produtores locais surgiu também a criação temporária de uma loja do Ecomuseu onde se disponibilizaram aos

¹⁷⁰ Ver Anexo VI, Fig. 57 e 58.

¹⁷¹ Ver Anexo VI, Figs. 59 a 61.

¹⁷² Ver Anexo VI, Figs. 62 a 67.

¹⁷³ Ver Anexo VI, Figs. 69 e 70.

¹⁷⁴ Ver Anexo VI, Fig. 68.

visitantes das exposições alguns produtos regionais do concelho, uma iniciativa piloto que permitiu definir estratégias de funcionamento e perspetivar resultados que se revelaram muito motivadores.¹⁷⁵ O trabalho de levantamento do património permitiu já a criação de uma reserva e a constituição de algumas coleções, nomeadamente no âmbito da arqueologia, etnografia e património escolar, constituídas por fundos materiais, documentais e registos imateriais.

O futuro do projeto passa pela criação da sua orgânica, a definição do programa museológico e a constituição de diferentes núcleos museológicos que permitirão a criação de um roteiro cultural pelo concelho de Ribeira de Pena. Pretende-se a conservação de vários espaços patrimoniais, representativos de diferentes formas de manifestação do património ribeirapense, alguns dos quais já musealizados, outros de reduzida intervenção. Nalguns casos, permitirão a continuidade das atividades que tradicionalmente aí se desenvolviam, como o trabalho artesanal do linho, cujo núcleo museológico será instalado no edifício da própria cooperativa de tecelagem que preserva esta tradição, ou as atividades agrícolas, cujo núcleo será instalado no antigo edifício do Grémio Agrícola. Em ambos os casos serão os produtores locais os responsáveis pela sua manutenção, assegurando a abertura ao público e mantendo aí a sua atividade, integrando-se num verdadeiro museu vivo onde a interpretação e a realidade coabitam. Terão ainda a loja do Ecomuseu onde poderão vender a sua produção. Ao Ecomuseu caberá a promoção e dinamização dos espaços, bem como a investigação científica como forma de valorização do património. Esta investigação científica assumirá um papel de relevo na sua atividade. O Centro de Estudos Regionais que funcionará na Biblioteca e Arquivo da Casa de Santa Marinha, ficará responsável pela conservação do património documental, pelo incentivo à investigação interdisciplinar sobre a região e pela divulgação científica. O projeto inicial prevê ainda a criação de outros espaços museológicos.¹⁷⁶ O Centro de Interpretação do Ecomuseu, no Núcleo Museológico da Venda Nova, edifício da antiga Câmara Municipal tem, por isso, um significado especial por estar ligado às origens do concelho, servindo de acolhimento dos visitantes que aí poderão contactar com a realidade ribeirapense e ser encaminhados para os restantes núcleos e locais de interesse. A Casa de Camilo-Friúme, um espaço já musealizado por constituir a habitação onde o escritor Camilo Castelo Branco viveu o seu primeiro casamento, será um espaço de interpretação da sua obra e da sua ligação com o concelho. O Museu da Escola Primária, a instalar na Escola Primária do Salvador, de grande riqueza arquitetónica e que incluirá um Centro de

¹⁷⁵ Ver Anexo VI, Fig. 71.

¹⁷⁶ Um total de 12 núcleos (Ver Anexo VII). Entretanto surgiu a possibilidade de criação de um décimo terceiro, nas instalações da Cooperativa de Artesanato de Limões.

Aprendizagem para o público escolar. A Capela de São Pedro, vestígio remanescente da antiga Igreja Matriz de Ribeira de Pena, acolherá um centro de interpretação do património histórico-artístico. O Parque Ambiental do Bucheiro, já em desenvolvimento, terá a seu cargo a interpretação e preservação do património natural e paisagístico do concelho. A Casa da Torre, em Cerva, uma antiga casa rural no centro da segunda vila mais importante do concelho, permitirá dinamizar culturalmente o seu centro e aldeias envolventes. A Azenha, em Cerva, espaço recuperado junto ao Rio Lourêdo e preparado para instalação de um restaurante, acolherá um núcleo responsável pela salvaguarda e difusão do património gastronómico tradicional. O Complexo Mineiro do São João, hoje ao abandono, receberá um núcleo responsável pela interpretação sobre o património industrial do concelho e também pela promoção do setor empresarial local. Por fim, os centros de interpretação do Alvão e do Barroso, a instalar em Alvadia e Canedo respetivamente, permitirão estabelecer o elo de ligação entre as suas populações e o território onde se situam. A ação destes núcleos permitirá cumprir com uma função, ora pedagógica junto da comunidade escolar, ora de divulgação do conhecimento e de lazer junto dos visitantes, dinamizando toda a zona envolvente.

O Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena é, desta forma, um projeto da comunidade com vista ao desenvolvimento da sua região. Um desenvolvimento cultural promovido pela preservação e valorização do património; um desenvolvimento social, definido em função de memória e reencontro que pretende desenvolver; um desenvolvimento económico, alcançado pela promoção regional e atração de visitantes que irá representar. Um desenvolvimento integrado e sustentável da região, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade. Tal como os exemplos anteriormente analisados, o Ecomuseu de Ribeira de Pena expressa uma função de desenvolvimento regional nos seus propósitos, pela manutenção e valorização das atividades tradicionais e pela criação de novas oportunidades de investimento, estabelecendo para tal uma estreita relação com a comunidade local que convida a participar enquanto parte importante da sua ação. Assenta a sua ação na divulgação científica e no âmbito do turismo cultural, de forma a conseguir chegar a diferentes tipos de público, trabalhando já o estabelecimento de projetos e parcerias, de investigação e divulgação, e a integração em roteiros e redes. Prevê ainda uma vasta oferta de exploração do património, possibilitando ao visitante permanecer mais tempo no concelho que poderá descobrir enquanto explora o seu património através dos diferentes núcleos e roteiros que lhe são disponibilizados, permitindo-lhe mesmo experimentar as atividades tradicionais ou fruir dos odores e sabores tradicionais ou de espaços de grande beleza.

Conclusão

Primeiro, o museu deve ser economicamente viável. (...) Segundo, deve encontrar maneira de se relacionar de forma muito direta com a comunidade local, e de satisfazer gostos e necessidades reais e não imaginárias. E terceira, nunca deve perder de vista a verdade essencial contida no paradoxo aparente de que a popularidade positiva só pode conseguir-se baseando-se num conhecimento bem fundamentado. (...) Vamos ser testemunhas do fracasso de museus efémeros, como resultado de ignorarem esta máxima, e vai ser um processo triste (...).

Kenneth Hudson¹⁷⁷

A Segunda Guerra Mundial foi um período marcante na história recente da humanidade, conduzindo a uma mudança radical em relação à organização económica e social anterior e definindo o rumo da evolução de uma sociedade que se revelaria mais crítica e exigente, uma sociedade pós-moderna que viria a marcar a entrada no novo milénio. A reflexão proporcionada por esse espírito crítico permitiu o desenvolvimento de algumas ciências e o alcançar de níveis de conhecimento e inovação inimagináveis há apenas algumas décadas. À medida que o ser humano se conhecia melhor e ao mundo que o rodeava, refletiu sobre o seu futuro e sobre a forma de o tornar melhor. Esta evolução desencadeou o choque que o museu estava a precisar. Após uma evolução que o fechava cada vez mais sobre si mesmo, o museu abriu-se, interveio e provocou esta sociedade ansiosa de mudança. A Nova Museologia permitiu-lhe procurar o seu lugar sem ter de fazer concorrência a outros espaços, bem como abrir o leque da sua intervenção. Na verdade, nenhuma instituição pode sentir-se ameaçada por um museu, pois a sua ação não será de concorrência, antes sim de complementaridade. Hoje, o museu sabe que é o indivíduo quem deve estar no centro da sua atenção. Afinal, o património só merece ser conservado pelo significado que possui, por contar uma história ou por representar a capacidade criadora do ser humano em termos técnicos e estéticos. Sabe também que, se o património tem algo para contar, essa informação deve ter o maior alcance possível, pois só assim ela ganha interesse. Mas não é só o conhecimento que conta, há também o sentimento, o questionamento, a emoção que o património consegue despertar e ser, desta forma, um agente importante na formação, reflexão e intervenção do indivíduo pela memória, revolta ou sensibilidade que lhe consegue provocar. Afinal, como refere Peter Davis (1999, p. 24), “o museu serve para nos recordar quem somos e qual o nosso lugar no mundo”. Mas isso não acontece por si

¹⁷⁷ GARCIA, Nuno Guina (2003) *O Museu Entre a Cultura e o Mercado: Um equilíbrio instável*, Coimbra, Instituto Politécnico, p. 46.

só, cabendo também ao museu esse trabalho de procurar a melhor estratégia para colocar o património ao alcance do seu público. É esse trabalho que muitos museus ainda não conseguiram, falhando no cumprimento da sua missão e objetivos. E não o cumprirão enquanto continuarem a apostar na simples colocação das peças no seu espaço, sem algo mais para oferecer, ou na mera abertura da porta sem se fazer conhecer no exterior. No entanto, há já museus que evoluíram de tal forma que são muito mais do que guardiães do património e do conhecimento ou significado que lhe está associado. Esses conquistaram um lugar importante na e para sua região, na ação sociocultural, no âmbito da animação cultural, da pedagogia, da inclusão e da cidadania, estabelecendo-se como espaços de convívio e de relações sociais. Para além disso conseguiram também representar um impacto importante na economia regional pela capacidade de atração de visitantes que possuem, impacto que vai para além da sua própria ação direta.

A teoria económica tem desenvolvido uma reflexão em torno da problemática económica regional, no sentido de redução das assimetrias e do acesso igualitário ao crescimento económico e à qualidade de vida. Esta reflexão, no entanto, não tem conseguido resolver os problemas das assimetrias ao nível do desenvolvimento nem explicado de forma convincente os problemas que estão na sua origem. A complexidade da própria ciência económica, pela quantidade de indicadores e variáveis que condicionam a atividade económica, estará na base deste problema. Um ponto comum entre as várias formas de pensar a economia regional é a necessidade de um fator que potencie o desenvolvimento da região, seja concentrado num espaço ou distribuído pela região, de origem endógena ou exógena. O museu pós-moderno integrou também a gestão empresarial na sua administração, estabelecendo metas e objetivos e delineando estratégias para os atingir de uma forma financeiramente equilibrada e sustentável. É uma instituição empregadora, consumidora e promotora da região. O seu grande objetivo na atualidade é chegar aos diferentes públicos e atrair visitantes de forma a cumprir a sua missão. Estes visitantes vão consumir na região, o que irá atrair novos investimentos, mais emprego, fixação da população e uma ação regeneradora do meio onde o museu se insere, atribuindo capacidade para um desempenho mais competitivo para o meio empresarial. Ainda importante é a perspetiva de desenvolvimento que a Nova Museologia vem incorporar no mundo dos museus. Sua contemporânea, a ideia de desenvolvimento sustentável participa como parte integrante dos seus objetivos, conferindo à instituição museológica uma responsabilidade acrescida, na medida em que ela pode fazer a diferença ao proporcionar um desenvolvimento integrado, no âmbito económico, social, cultural e ambiental. Evidentemente que o museu não constitui, por si só, o desenvolvimento da região. No entanto pode revelar-se um estímulo importante para o meio económico que o envolve e ser uma parte substancial na definição

de uma estratégia integrada de desenvolvimento, permitindo colmatar as necessidades deixadas por outros setores.

O estudo do impacto económico dos museus tem merecido a atenção de vários especialistas em diferentes áreas do saber. Mas medir o impacto do museu na região revela-se um trabalho difícil, na medida em que existem vários indicadores que é necessário considerar, cada um com respetivos impactos indiretos que dão origem a outros impactos, numa repercussão de efeitos que dificultam, ainda mais, uma correta e rigorosa análise. Para mais, a análise dos impactos do museu tem de considerar também os impactos socioculturais e ambientais, cujos efeitos são integrados juntamente com os económicos e cuja importância para o meio regional é ainda maior no contributo para a qualidade de vida da população. Por outro lado, há o risco de tal análise poder representar um condicionamento da ação do museu em benefício dos resultados económicos. A comunidade surge aqui como um agente importante nessa medição, pois é quem mais deve beneficiar com a existência de um museu no seu seio. Exemplares foram os casos dos museus do Barroso, do Seixal e de Mértola, onde, como se concluiu, a sua existência se revela fundamental para a região. Mesmo no Porto, Serralves conseguiu já ganhar espaço, revelando-se um importante impacto na vida da cidade. Em todos eles está explícita na missão uma ação no sentido do desenvolvimento da região. Mas, fundamentalmente, há uma importante relação com a comunidade enquanto agente ativo na valorização da sua coleção e das suas atividades. Há ainda um importante trabalho de divulgação, seja pela investigação, seja pela vertente do turismo cultural, todos eles apresentando uma oferta atrativa aos diferentes tipos de público. Exemplos como os que foram aqui apontados permitem motivar o surgimento de novos projetos, criativos e dinâmicos, no seio da museologia. É o caso do Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena, um projeto assente no património natural e cultural orientado para a valorização regional e o desenvolvimento local, com vista à melhoria da qualidade de vida da comunidade. Também ele um projeto assente na própria comunidade, parte fundamental da sua ação, e na divulgação científica e turística como eixos fundamentais para conseguir, a médio prazo, contribuir para o desenvolvimento do concelho de Ribeira de Pena pela valorização dos seus recursos patrimoniais, enquanto alavanca para a atração de outros investimentos.

Teria sido interessante procurar os exemplos de maior impacto, e alguns foram mesmo referenciados, para ilustrar o presente trabalho, pelos valores milionários que conseguem representar. A sua distribuição geográfica vai sendo alargada, embora a grande maioria se concentre na Europa e América do Norte e, principalmente, nos países de maior influência económica. No entanto, essa análise reduziria a perceção do impacto económico do museu a regiões fortemente

desenvolvidas, quando é nas de maiores carências que ele pode desempenhar um papel mais notável. Preferiu-se, assim, a pequena escala no sentido de dar uma perspetiva inversa à que domina em grande parte da bibliografia que se debruça sobre a temática. Isso sem, no entanto, esquecer as diferentes realidades geográficas em Portugal. Desta forma, qualquer museu, por mais pequeno que seja, pode representar um importante fator de desenvolvimento, não apenas pela sua ação sociocultural, mas também pela sua ação na economia da região onde se insere. Mas a ciência económica não é uma ciência exata. A economia regional, para além dos fatores espaciais e temporais, está dependente de comportamentos sociais que vão influenciar o seu desempenho.¹⁷⁸ Desta forma o museu deve ser capaz de uma leitura sobre a realidade que lhe permita adaptar estratégias sobre o caminho a seguir. Além disso, o museu não constitui, por si só, o desenvolvimento, pelo que uma estratégia nesse sentido deve perspetivar o estímulo a outros investimentos. Mas não há uma solução, antes sim, opções que podem ser tomadas no sentido de a encontrar. Fundamental é a participação da comunidade. Ela é a maior interessada no desenvolvimento da região e no sucesso do museu e será também a maior beneficiária da sua existência.

¹⁷⁸ É exemplo a situação dos países ocidentais que, face à atual crise económica e apesar dos prognósticos e estratégias, ainda não conseguiram encontrar o caminho da prosperidade.

Bibliografia

ALBERTO, Deolinda (2008) Modelos de Desenvolvimento Regional. In LEITÃO, João [et al.] (coord.) *Dimensões Competitivas de Portugal: Contributos dos Territórios, Sectores, Empresas e Logística*. V. N. Famalicão, Centro Atlântico.

AMES, Peter J. (1998) Conjugar la misión con el mercado: un problema para la gestión moderna de los museos. In MOORE, Kevin (ed.) *La Gestión del Museo*, Gijón, Trea, pp. 35-46.

ANDERSON, Gail (ed.) (2004) *Reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*, London, Altamira Press.

ANICO, Marta (2008) *Museus e Pós-Modernidade: Discursos e performances em contextos museológicos locais*. Lisboa, ISCSP.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE SOCIOLOGIA (1994) *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*. Lisboa, APS.

BAPTISTA, António Mendes (2001) *Os modelos de desenvolvimento e a política económica espacial* [Em linha]. Disponível em http://www.estt.ipt.pt/download/disciplina/1209_2.%20Os%20Modelos%20de%20Desenvolvimento%20e%20a%20Pol%C3%ADtica%20Econ%C3%B3mica%20Espacial.pdf [Consult. 5 de Abril 2012].

BAPTISTA, José Dias (2006) *Montalegre*. Montalegre, Município.

BARBOSA, Gisele Silva (2008) O desafio do desenvolvimento sustentável. Revista Visões, 4 (1) Jan/Jun. [Em linha] Disponível em http://www.fsma.edu.br/visoes/ed04/4ed_O_Desafio_Do_Desenvolvimento_Sustentavel_Gisele.pdf [Consult. 25 Abril 2012].

BEAUD, Michel e DOSTALER, Gilles (2004) *O pensamento económico de Keynes aos nossos dias*. Porto, Edições Afrontamento.

BENNETT, Tony (1995) *The Birth of The Museum: History, Theory, Politics*, London, Routledge.

BOIÇA, Joaquim M. Ferreira (1999) A Achada de S. Sebastião. O sítio e os tempos da história. In BOIÇA, Joaquim e LOPES, Virgílio (Coord.) *Museu de Mértola: A Necrópole e a Ermida da Achada de S. Sebastião*, Mértola, EPBJC/CAM.

BONIFACE, Priscilla (1993) *Heritage and Tourism in Global Village*. London, Routledge.

BRADFORD, Hugh (1991) A new framework for museum marketing. In KAVANAGH, Gaynor (ed.), *The Museum Profession: internal and external relations*, Leicester, University Press, pp. 83-98.

CARVALHO, Ana (2011) *Os museus e o Património Cultural Imaterial: Algumas considerações* [Em linha]. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8935.pdf> [Consult. 12 de Outubro 2011].

COFFEE, Kevin (2007) Audience Research and the Museum Experience as Social Practice. In *Museum Management and Curatorship*, 22 (4) Dezembro, pp. 377-389.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (1987) *Relatório Brundtland*. [Em linha] Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/12906958/Relatorio-Brundtland-Nosso-Futuro-Comum-Em-Portugues> [Consult. 22 de Abril 2012].

COSSONS, Neil (1991) Class, Culture and Collections. In KAVANAGH, Gaynor (ed.) *The Museums Profession: Internal and external relations*, Leicester, University Press.

DAVIS, Peter (1999) *Ecomuseums: A sense of place*. London, Leicester University Press.

DICKENSON, Victoria (1994) The economics of museum admission charges. In MOORE, Kevin (ed.) *Museum Management*, London and New York, Routledge, pp. 104-114.

DUARTE, Alice (1998) O museu como lugar de representação do outro. In *Antropológicas*, 2, pp. 212-140.

DUARTE, Alice (2010) O desafio de não ficarmos pela preservação do património cultural imaterial. In *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola: Volume 1*, pp. 41-61. [Em linha] Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8034.pdf> [Consult. 30 de Novembro 2011].

DUARTE, Alice (2011) «Heritage» while development tool. The case of two Portuguese city councils. In *Proceedings of 2nd International Conference on Intangible Heritage. Sharing Cultures 2011*, Green Lines Institute, pp. 385-393.

DUARTE, Alice (2012) Museu e Desenvolvimento Local: O Museu como Instrumento de Internacionalização da Cultura Local. In *SIAM 2011: Atas do III Seminario Iberoamericano de Investigación en Museología*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid. (no prelo)

EUROPEAN COMMISSION (2006) *The Economy of Culture in Europe*. [Em linha] Disponível em http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm [Consult. 25 Abril 2012].

FARIA, Margarida Lima de (2003) A Função Social dos Museus. In DOMINGUES, Álvaro [et. al] (org) *A cultura em Acção: impactos sociais e território*, Porto, Afrontamento, pp. 29-38.

FARIA, Óscar (2004) Isto não é um museu. In FARIA, Óscar (coord.) *Serralves 1999-2004*, Porto, Público/Fundação Serralves, pp. 8-13.

FERNÁNDEZ, Luis Alonso (2006) *Museología y Museografía*. 3ª ed. Barcelona, Ediciones del Serbal.

FERREIRA, José Maria Cabral (1983) *Artesanato, Cultura e Desenvolvimento Regional – Um estudo de campo e três ensaios breves*. Lisboa, Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

FILIPPE, Graça (2004) Antecedentes da criação de um museu no concelho do Seixal. *Musa*, 1, 2004, pp. 51-60.

FILIPPE, Graça (2008) Património e Museologia, planeamento e gestão para o desenvolvimento. Conceitos e práticas em mudança no Ecomuseu Municipal do Seixal. *Museologia.pt*, 2, Ano 2008, pp. 200-211.

FLADMARK, J. M. [Ed.] (2000) *Heritage and Museums: Shaping National Identity*, Shaftesbury. Donhead Publishing.

FREY, Bruno S. and MEIER, Stephan (2006) Cultural Economics. In MACDONALD, Sharon (ed.) *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell, pp. 398-414.

GARCIA, Nuno Guina (2003) *O Museu Entre a Cultura e o Mercado: Um equilíbrio instável*, Coimbra, Instituto Politécnico.

GIDDENS, Anthony (2006) *O mundo na era da globalização*. 6ª ed. Lisboa, Editorial Presença.

GODINHO, Isabel Maria (2002) Os modelos de Richardson e de von Böventer. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 201-218.

HEIN, George E. (2004) John Dewey and Museum Education. In *Curator*, 47 (4) Outubro, pp. 413-427.

HEIN, George E. (2006) Museum Education. In MACDONALD, Sharon (ed.) *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell, pp. 340-352.

HEIN, Hilde S. (2000) *The Museum in Transition: A Philosophical Perspective*. Washington D.C., Smithsonian Institution Press.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (1994) *Manual de Museología*. Madrid, Síntesis.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (1998) *El Museo como espacio de comunicación*. Gijón, Trea.

HETTNE, B. (1995) *Development Theory and the Three Worlds*. New York, Longman.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (1994) *The Educational Role of the Museum*, London, Routledge.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (2000) *Museums and the interpretation of visual culture*, London, Routledge.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (2006) *Studying Visitors*. In MACDONALD, Sharon [ed.] *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell, pp. 362-376.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (2007) *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London and New York, Routledge.

INE (2011) *Índice Sintético de Desenvolvimento Regional 2008*. [Em linha] Disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=106837242&DESTAQUESTema=00&DESTAQUESmodo=2 [Consult. 2 Maio 2012].

JOHNSON, Peter (1992) *Tourism, Museums and the local economy*. Aldershot, Edward Elgar.

JOHNSON, Peter e THOMAS, Barry (1991) *Tourism, Museums and the Local Economy*. Aldershot, Edward Elgar.

JUNIOR, José do Nascimento e COLNAGO, Ena (2010) Economia da Cultura. In JUNIOR, José do Nascimento (org.) *Economia de Museus*, Brasília, Ministério da Cultura/IBRAM, pp. 203-234.

KARP, Ivan [et. al] (1992) *Museums and Communities: The politics of public culture*. Washington D.C., Smithsonian Institution Press.

KEENE, Suzanne (2005) *Fragments of the World: Uses of Museum Collections*, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann.

KOTLER, Neil G. e KOTLER, Philip (1998) *Museum strategy and marketing: designing missions, building audiences, generating revenue and resources*, San Francisco, Jossey-Bass.

LEI nº 47/2004. D.R. I Série-A. 195 (2004-08-19) 5379.

LEWIS, Peter (1998) Museos y Marketing. In MOORE, Kevin (ed.) *La Gestión del Museo*, Gijón, Trea, pp. 323-345.

LOPES, António Simões (2001) *Desenvolvimento Regional – Problemática, Teoria, Modelos*. 5ª ed. Lisboa, FCG.

LOPES, Virgílio [et al] (2011) *O Mosteiro do Monte Mosteiro*. Mértola, Câmara Municipal.

LOUREIRO, Joana (2004) Casa. In FARIA, Óscar (coord.) *Serralves 1999-2004*, Porto, Público/Fundação Serralves, pp. 30-35.

LOUREIRO, Joana (2004) Siza Vieira Entrevista. In FARIA, Óscar (coord.) *Serralves 1999-2004*, Porto, Público/Fundação Serralves, pp. 46-51.

MAGUIRE, Bill (1998) City Museums and Their Role in a Divided Community: The Northern Ireland Experience. In KAVANAGH, Gaynor and FROSTICK, Elizabeth (eds.) *Making City Histories in Museums*, London, Leicester University Press, pp. 40-57.

MARTÍNEZ, Javier Gómez (2006) *Dos Museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*. Gijón, Ediciones Trea.

MCLEAN, Fiona Combe (1994) Marketing in Museums: a contextual analysis. In MOORE, Kevin (ed.) *Museum Management*, London and New York, Routledge, pp. 232-248.

MELO, João Paulo Barbosa de (2002) A problemática e as políticas de desenvolvimento local. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 515-533.

MENDES, José Amado (1999) O museu na comunidade: Património, identidade e desenvolvimento. *Gestão e Desenvolvimento*, 8, pp. 217-231.

MURTEIRA, Mário (1990) *Lições de Economia Política do Desenvolvimento*. 2ª ed. Lisboa, Editorial Presença.

NABAIS, António (1993) Nova Museologia: Novas Práticas Museológicas. In *Vértice*, 54 Maio-Junho, pp. 46-50.

NABAIS, António (2002) Museus na atualidade. In ROCHA-TRINDADE, Maria Beatriz (coord.) *Iniciação à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta.

NEVES, José Soares et al. (2008) *Os museus em Portugal: Políticas públicas e dinâmicas do sector em Portugal nos anos mais recentes*. [Em linha] Disponível em: <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/768.pdf> [Consult. 2 de Maio 2012].

NUNES, Ana Bela e VALÉRIO, Nuno (2004) *História da Economia Geral Contemporânea*. 2ª ed. Barcarena, Editorial Presença.

OLIVEIRA, Carlos e PAU-PRETO, Fernando (2009) A Base Económica do Porto Ocidental. In *Destaque Informativo*, Setembro. [Em linha]. Disponível em: http://www.cm-porto.pt/users/0/56/DI_BERT_PortoOcidental_c388001770f4b0d219a83eb901b11.pdf [Consult. 22 de Julho 2012].

OLIVEIRA, Márcia (2004) História. In FARIA, Óscar (coord.) *Serralves 1999-2004*, Porto, Público/Fundação Serralves, pp. 16-19.

PADRÓ, Carla (2006) Educación en Museos: Representaciones y Discursos. In SEMEDO, Alice e LOPES, João Teixeira (coord.) *Museus, Discursos e Representações*, Porto, Afrontamento, pp.49-59.

PEARCE, Susan (1992) *Museum Economics and the Community*, London, The Athlone Press.

PEREIRO PÉREZ, X. et al. (2003) *Museus e Antropologia e Desenvolvimento Comunitário no Norte de Portugal: O Ecomuseu do Barroso*. [Em linha] Disponível em http://home.utad.pt/~xperez/ficheiros/publicacoes/museos_antropologia/Ecomuseu_Barroso.pdf [Consult. 2 de Maio 2012].

PESSOA, Fernando Santos (2001) *Reflexões sobre Ecomuseologia*, Porto, Edições Afrontamento.

RAFAEL, Lígia Isabel da Silva (2010) *Os trinta anos do projeto Mértola Vila Museu: Balanço e perspectivas*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Évora.

REIGADO, Felisberto Marques (2000) *Desenvolvimento e Planeamento Regional: Uma Abordagem Sistémica*. Lisboa, Estampa.

REIS, Ana Carla Fonseca (2010) Museus e Mercados de Arte como Agentes Económicos: Um diálogo entre cultura e economia. In JUNIOR, José do Nascimento (org.) *Economia de Museus*, Brasília, Ministério da Cultura/IBRAM, pp. 115-139.

RICO, Juan Carlos (2003) *La difícil supervivencia de los museos*. Gijón, Trea.

RUNYARD, Sue (1999) *The Marketing and Public Relations Handbook for Museums, Galleries and Heritage Attractions*. London, The Stationery Office.

SANDELL, Richard (2002) *Museums, Society, Inequality*. London, Routledge.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.) (2005) *Globalização: Fatalidade ou utopia?*. 5ª ed. Porto, Edições Afrontamento.

SANTOS, Domingos (2002^a) A perspectiva territorialista. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 218-228.

SANTOS, Domingos (2002^b) O modelo de causalidade circular e cumulativa e o modelo centro-periferia. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 189-200.

SANTOS, Helena (2008) Públicos e Museus. In *Actas do Colóquio Museus e Sociedade*, Caminha, Câmara Municipal, pp. 37-43.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.) (2005) *O Panorama Museológico em Portugal: 2000-2003*, Lisboa, OAC/IPM.

SEAMAN, Bruce C. (2003) Economic impact of the arts. In TOWSE, Ruth (ed.) *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham, Edward Elgar.

SEMEDO, Alice (2005) Políticas de Gestão de Coleções. *Revista da Faculdade de Letras: Ciências e Técnicas do Património*, 1(4), pp. 305-322. [Em linha] Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/4949.pdf> [Consult. 30 de Dezembro 2011].

SEMEDO, Alice (2008) Museus, Educação e Cidadania. In *Actas do Colóquio Museus e Sociedade*, Caminha, Câmara Municipal, pp. 25-35.

SHARPLEY, Richard and TELFER, David J. (2002) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon, Channel View.

SILVA, Jorge António (2004) *Turismo, crescimento e desenvolvimento: Uma análise urbano-regional baseada em cluster*. Tese de Doutoramento, Universidade de São Paulo.

SILVA, Mário Rui e SILVA, Sandra (2002^a) Crescimento endógeno. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 174-189.

SILVA, Mário Rui e SILVA, Sandra (2002^b) O modelo neoclássico. In COSTA, José Silva (coord.) *Compêndio de Economia Regional*, Coimbra, APDR, pp. 159-174.

SILVA, Raquel Henriques (2002) Os museus: Histórias e prospectiva. In PERNES, Fernando (coord.) *Século XX. Panorama da cultura portuguesa*, Porto, Edições Afrontamento/Fundação de Serralves.

SUKEL, William M. (1994) Museums as organizations. In MOORE, Kevin (ed.) *Museum Management*, London and New York, Routledge, pp. 262-264.

TEIXEIRA, David José Varela (2005) *O Ecomuseu do Barroso. A nova museologia ao serviço do desenvolvimento local*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho.

TELFER, David J. (2002) The Evolution of Tourism and Development Theory. In SHARPLEY, Richard e TELFER, David J. (ed.), *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Clevedon, Channel View Publications, pp. 35-78.

TOBELEM, Jean-Michel (1990) *Musées et Culture : Le financement à l'américaine*, Savigny-le-Temple. Éditions W/M.N.E.S.

TODARO, M. (1994) *Economic Development*. 5ª ed., New York, Longman.

TORRES, Cláudio (2001^a) A arqueologia, o território e o desenvolvimento local. In *Seminário Efeitos Sociais do Património à Escala Local. Caderno de Resumos*, Mértola, Rede de Centros Históricos de Influência Islâmica.

TORRES, Cláudio (2001^b) Museus, Território e Desenvolvimento. *Museal*, 4, Setembro, pp. 61-65.

TORRES, Cláudio (2009) Museus, Território e Desenvolvimento. In *Museal*, 4 Setembro, pp. 60-65.

VALDÉS SAGÜÉS, María del Carmen (1999) *La Difusión Cultural en el Museo: Servicios destinados al gran público*. Gijón, Ediciones Trea.

VAREJÃO, José (coord.) (2008) *A Base Económica do Porto e o Emprego*. [Em linha] Disponível em: http://www.cm-porto.pt/users/0/56/ABaseEconmicadoPortoeoEmprego_b4d6c4051396fe075aa063a27bc0b605.pdf [Consult. 22 de Julho 2012].

WALL, Geoffrey and MATHIENSON, Alister (2006) *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Essex, Pearson Education Limited.

WEIL, S. (2002) *Making Museums Matter*. Washington D.C., Smithsonian Institution Press.

WEIL, Stephen E. (2004) Rethinking the Museum: An emerging new paradigm. In ANDERSON, Gail (ed.) *Reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*, London, Altamira Press, pp. 74-79.

Witcomb, Andrea (2003) *Re-imagining the museum: Beyond the Mausoleum*, Oxon and New York: Routledge.

Documentos Técnicos

CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL (2001) *Ecomuseu Municipal do Seixal: Programa de qualificação e de desenvolvimento*.

Páginas Online

Página da *Área Metropolitana de Lisboa*. Disponível em <http://www.aml.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página da *Área Metropolitana do Porto*. Disponível em <http://www.amp.pt/> [Consult. 31 de Março 2012].

Página da *Câmara Municipal de Mértola*. Disponível em <http://www.cm-mertola.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página da *Câmara Municipal de Montalegre*. Disponível em <http://www.cm-montalegre.pt/> [Consult. 30 de Julho 2012].

Página da *Câmara Municipal do Porto*. Disponível em <http://www.cm-porto.pt/> [Consult. 31 de Março 2012].

Página da *Câmara Municipal do Seixal*. Disponível em <http://www.cm-seixal.pt/> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página da *Infopédia*. Disponível em <http://www.infopedia.pt/> [Consult. 30 de Julho 2012].

Página da *ONU*. Disponível em <http://www.un.org/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página da *UNESCO*. Disponível em <http://www.unesco.org/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página de *Mapas do Google*. Disponível em <http://maps.google.pt/> [Consult. 30 de Julho 2012].

Página do *Campo Arqueológico de Mértola*. Disponível em <http://www.camertola.pt> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Ecomuseu do Barroso*. Disponível em <http://www.ecomuseu.org> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena*. Disponível em <http://ecomuseuribeiradepena.blogspot.com> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Ecomuseu Municipal do Seixal*. Disponível em <http://www2.cm-seixal.pt/ecomuseu> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Eurostat*. Disponível em <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Hotel Museu*. Disponível em <http://www.hotelmuseu.com/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *ICOM*. Disponível em <http://icom.museum/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Instituto dos Museus e da Conservação*. Disponível em <http://www.imc-ip.pt> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Instituto Nacional de Estatística*. Disponível em <http://www.ine.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Jornal de Notícias*. Disponível em <http://www.jn.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Museu de Mértola*. Disponível em <http://museus.cm-mertola.pt/> [Consult. 30 de Janeiro 2012].

Página do *Museu de Serralves*. Disponível em <http://www.serralves.pt/> [Consult. 31 de Março 2012].

Página do *Museu Nacional de Arqueologia*. Disponível em <http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Observatório das Desigualdades*. Disponível em <http://observatorio-das-desigualdades.cies.iscte.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento*. Disponível em <http://www.undp.org/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Página do *Pordata*. Disponível em <http://www.pordata.pt/> [Consult. 2 de Maio 2012].

Anexos

Anexo I – Glossário

Anexo II – Quadros Esquemáticos

Anexo III – Tabelas e Gráficos

Anexo IV – Questionários

Anexo V – Questionários: Gráficos Analíticos

Anexo VI – Imagens

Anexo VII – Ecomuseu Municipal de Ribeira de Pena: Documentos